Considerações interventivas no processo gerencial

MENSAGEM, MANAGEMENT, MÉTODO E MATERIAIS

Organizador

Wenderson Pinto Farias

Editora Poisson

VOLUME 3

Organizador
Wenderson Pinto Farias

Considerações interventivas no processo gerencial: mensagem, management, método e materiais
Volume 3

1ª Edição

Belo Horizonte
Editora Poisson
2026

Editor Chefe: Dr. Darly Fernando Andrade

Conselho Editorial

Dr. Antônio Artur de Souza – Universidade Federal de Minas Gerais
Ms. Davilson Eduardo Andrade
Dra. Elizângela de Jesus Oliveira – Universidade Federal do Amazonas
MSc. Fabiane dos Santos
Dr. José Eduardo Ferreira Lopes – Universidade Federal de Uberlândia
Dr. Otaviano Francisco Neves – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Dr. Luiz Cláudio de Lima – Universidade FUMEC
Dr. Nelson Ferreira Filho – Faculdades Kennedy
Ms. Valdiney Alves de Oliveira – Universidade Federal de Uberlândia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C755
Considerações interventivas no processo gerencial: mensagem, management, método, materiais - Volume 3/Organização: Wenderson Pinto Farias - Belo Horizonte - MG: Editora Poisson, 2026

Formato: PDF
ISBN: 978-65-5866-620-2
DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2

Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia

1. Administração 2. Gestão. 3. Método 4.Materiais 5. Mensagem I. FARIAS, Wenderson Pinto Farias II. Título

CDD-658

Sônia Márcia Soares de Moura - CRB 6/1896

O conteúdo deste livro está licenciado sob a Licença de Atribuição Creative Commons 4.0.
Com ela é permitido compartilhar o livro, devendo ser dado o devido crédito, não podendo ser utilizado para fins comerciais e nem ser alterada.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores.

Esse e outros títulos podem ser baixados gratuitamente em www.poisson.com.br
Entre em contato pelo contato@poisson.com.br

Organizador

Wenderson Pinto Farias

Mestre em Literatura e Crítica Literária pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. MBA em Administração, Contabilidade e Economia pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Gestão Educacional: Direção, Coordenação, Supervisão pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Letras: Português e Literatura pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Docência de Nível Superior pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Licenciado em Letras: Língua Portuguesa e Literatura Brasileira pela Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Licenciado em Pedagogia pelo Centro Universitário Dom Bosco – UNIDomBosco/Curitiba. Técnico Pedagógico na Secretária de Estado de Educação e Desportos Escolar – SEDUC/AM. Professor e orientador de Ensino Superior nos Cursos de Gestão, Tecnológicos e Pedagogia no Centro Universitário FAMETRO. Membro do Grupo de Pesquisa Categorias da Narrativa – Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil/ CNPQ/ PUC/SP

Prefácio

É com grande satisfação prefaciar o volume 3 da obra “Considerações Interventivas no processo gerencial – mensagem, management, método e materiais”. Este volume apresenta o compromisso dos acadêmicoa concluintes do Curso de Administração do Centro Universitário Fametro - Unidade Zona Leste. O III livro apresenta o processo gerencial contemporâneo exige uma visão sistêmica e estratégica, pautada na integração eficiente entre **mensagem**, **management**, **método** e **materiais**. Esses quatro elementos constituem pilares fundamentais para o funcionamento organizacional, influenciando diretamente a tomada de decisão, o desempenho das equipes e a qualidade dos resultados alcançados.

A **mensagem** representa a forma como a informação circula dentro da organização, impactando o alinhamento entre gestores e colaboradores. O **management** diz respeito às práticas de liderança, planejamento, organização e controle. O **método** envolve os procedimentos e rotinas que orientam a execução das atividades, enquanto os **materiais** abrangem os recursos físicos, tecnológicos e estruturais necessários para a operacionalização dos processos.

As considerações interventivas surgem como estratégias de diagnóstico e melhoria contínua, permitindo identificar falhas, propor ajustes e fortalecer a eficiência organizacional. Nesse contexto, este livro apresenta estudos aplicados em diferentes empresas, evidenciando como a gestão, a comunicação e a padronização de procedimentos contribuem para o desenvolvimento organizacional.

Aos leitores, espera-se que este livro seja mais do que uma fonte de informação, mas uma inspiração para enfrentar desafios, inovar, e desenvolver novas competências e habilidades em suas jornadas acadêmicas e profissionais.

O vol. II desse livro foi distribuído em 5 capítulos a seguir que tratam de diversos assuntos relacionados a área da Administração que proporcionará uma leitura interessnte e rica em contribuições e conhecimentos para o leitor.

O Capítulo 1 aborda a implantação de processos gerenciais na empresa Casa das Luzes representa um marco importante para a organização e sistematização das atividades internas. Antes da implementação, observava-se a ausência de procedimentos padronizados, o que dificultava o controle das operações e a tomada de decisões estratégicas.

Já o capítulo 2 trata da comunicação organizacional na empresa M de Fátima Santiago exerce papel fundamental na integração entre os setores e no alinhamento dos colaboradores com os objetivos institucionais. Uma comunicação clara e eficiente favorece a cooperação, reduz conflitos e melhora o clima organizacional.

O capítulo 3 apresenta o estudo de caso da empresa GlowStore, a comunicação organizacional foi analisada com o objetivo de otimizar os processos comunicacionais internos. O diagnóstico apontou falhas na transmissão de informações e na integração entre os setores, comprometendo a eficiência das atividades.

Capítulo 4 aborda os procedimentos organizacionais da empresa Locus Cabine de Estudos Ltda são essenciais para garantir a qualidade dos serviços prestados e a organização das rotinas internas. A ausência de procedimentos formais gerava inconsistências na execução das atividades e dificuldades no controle operacional.

E para finalizar o capítulo 5 mostra a importância da padronização de procedimentos na estética automotiva representa um fator determinante para a qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes. A falta de padrões pode resultar em retrabalho, desperdício de recursos e variações nos resultados finais.

Diante dos estudos apresentados, observa-se que as considerações interventivas no processo gerencial são fundamentais para o aprimoramento das organizações. A integração entre comunicação eficiente, gestão estruturada, métodos bem definidos e uso adequado de materiais contribui diretamente para o alcance dos objetivos empresariais.

O livro ***Considerações Interventivas no Processo Gerencial: Mensagem, Management, Método e Materiais*** oferece contribuições relevantes e práticas para leitores que buscam compreender e aprimorar a gestão organizacional em diferentes contextos empresariais. Sua principal contribuição reside na abordagem integrada dos

elementos que sustentam o processo gerencial, permitindo ao leitor desenvolver uma visão sistêmica e estratégica da organização.

Dessa forma, o livro contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico, da capacidade analítica e da atuação estratégica dos leitores, consolidando-se como uma referência para aqueles que buscam fortalecer os processos gerenciais por meio de intervenções fundamentadas, planejadas e orientadas para resultados.

Ressalta-se também que este trabalho foi muito significativo para os autores envolvendo os alunos que tiveram a oportunidade de pesquisar diversas fontes de base científica para construção de seus artigos, acredito que tenha sido uma experiência muito gratificante para todos.

Na oportunidade agradeço o prof. Me. Wenderson Pinto Farias pela orientação dos artigos apresentados pelos os acadêmicos do Curso de Administração do Centro Universitário CEUNI - Fametro Unidade Zona Leste, fruto de pesquisa e perseverança frente às adversidades vivenciadas. Haja visto a publicação do livro foi composta da coletânea dos artigos que irão contribuir significativamente para futuras pesquisas nas áreas de Ciências Contábeis.

Logo, foi possível a concretização desta obra, com o comprometimento de todos os envolvidos, ofertando para a sociedade no geral fonte de pesquisa que poderão fazer uso dos novos conhecimentos para gerar novas pesquisas.

.

Professora Ma. Rejane Flores da Costa.

SUMÁRIO

Capítulo 1: A implantação dos processos gerenciais na empresa Casa das Luzes 09

Francisco Dhones Sousa da Silva, Layza Portela de Melo, Sara Gonçalves Bastos, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2.CAP.01

Capítulo 2: Comunicação organizacional na empresa M de Fátima Santiago 19

Meyck Brenol Gatto Paz, Rafaelly Azevedo de Moraes, Ranna Vidal Vieira, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2.CAP.02

Capítulo 3: Comunicação organizacional na empresa Glowstore: um estudo para otimização dos processos comunicacionais internos..... 33

Francilia Castro dos Santos, Suellem Larissi Sena de Oliveira, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2.CAP.03

Capítulo 4: Procedimentos organizacionais na empresa Locus Cabine de Estudos LTDA 31

Daniele Souto Vieira, Kaylany Camarão Tavares, Paulo Marcio Rosário da Silva Junior, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2.CAP.04

Capítulo 5: A implementação da padronização de procedimentos na estética automotiva 41

Lucas Pereira Paes, Rebeca Castro da Silva, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-620-2.CAP.05

Capítulo 1

A implantação dos processos gerenciais na empresa Casa das Luzes

Francisco Dhones Sousa da Silva[1]
Layza Portela de Melo[2]
Sara Gonçalves Bastos[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: Este estudo aborda a implantação de processos gerenciais na empresa Casa das Luzes. A temática, assim, está voltada para a área crítica da gestão organizacional que demonstra fragilidades administrativas. Delimitou-se na proposta de implantação de processos formais que promovam eficiência operacional e sustentabilidade do negócio. O objetivo geral foi implantar processos gerenciais, e os específicos incluíram avaliar métodos atuais, diagnosticar deficiências, propor um modelo adaptado, padronizar procedimentos e monitorar resultados. A questão norteadora foi: como a implantar os processos gerenciais na empresa Casa das Luzes? A hipótese considera que a falta de processos estruturados e de conhecimento técnico em gestão compromete o crescimento da organização. O estudo conclui que a implantação de processos gerenciais é essencial para uma administração eficaz e o desenvolvimento sustentável da empresa.

Palavras-chave: Gestão de Processos; Padronização Organizacional; Sustentabilidade empresarial.

[1] Aluno do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[2] Aluna do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[3] Aluna do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[4] Professor do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa se justifica pela necessidade de implantar a gestão na empresa Casa da Luzes. O diagnóstico organizacional prévio revelou uma série de deficiências gerenciais, notadamente a ausência de processos padronizados e a carência de conhecimento técnico-teórico em administração por parte do proprietário.

Essa conjuntura é a base da problemática, pois a falta de uma gestão estruturada e a ausência de padronização de ferramentas de trabalho dos colaboradores que resultam em um desafio operacional significativo, traduzido em decisões equivocadas, desperdício de recursos e impactos financeiros adversos. Dessa forma, o principal ganho para a Casa das Luzes será a transformação da gestão, que permitirá a otimização de suas atividades, o fortalecimento de sua estrutura e a garantia de um caminho claro para a escalabilidade e o sucesso financeiro futuro.

Para a área de Administração, ele oferece um estudo de caso prático que valida a aplicação de conceitos de organização, sistema e métodos e administração por processos em um contexto real de pequenas empresas e negócios familiares. Para os acadêmicos, o projeto permite a interligação e proposição de soluções de gestão. A pesquisa, ao avaliar, identificar os gargalos e propor a implantação de processos, exercita as competências de intervenção necessárias aos futuros administradores.

Por fim, a relevância da pesquisa se estende à sociedade e aos clientes da Casa das Luzes. Uma empresa mais organizada, eficiente e financeiramente sólida contribui para a sustentabilidade econômica da região por meio da manutenção e geração de empregos. Para os clientes, o ganho se materializa na melhoria da qualidade e da consistência não apenas resolve uma deficiência interna, mas também projeta a empresa para um patamar de maior competitividade e responsabilidade social.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. CONSIDERAÇÕES ACERCA DA GESTÃO

Gestão é um processo estruturado que envolve planejar, organizar, dirigir e controlar recursos — humanos, financeiros, tecnológicos ou materiais — com o propósito de alcançar objetivos específicas de forma eficiente e eficaz.

Trata-se da capacidade de transformar ideias em ações concretas, recursos disponíveis em resultados tangíveis e equipes desconectadas em times de alta performance. É por meio da gestão que conseguimos integrar pessoas, processos, tecnologias e objetivos, promovendo alinhamento estratégico e geração de valor contínuo.

A palavra “gestão” vem do latim *gestio*, que significa “ação de administrar, conduzir ou dirigir algo”. E é exatamente isso: gerir é direcionar esforços de maneira inteligente para atingir objetivos, resolver problemas, tomar decisões e impulsionar o desempenho de uma organização, operação, projeto ou equipe. Para Farias (2024, p. 32), “gestão é o conjunto de atividades coordenadas para utilizar recursos disponíveis da forma mais eficaz e eficiente possível, com foco na geração de valor e no alcance de objetivos previamente definidos”.

No ambiente corporativo, a gestão se manifesta como uma prática estratégica que conecta os objetivos de longo prazo com a execução prática no dia a dia. Uma boa gestão não depende apenas de conhecimento técnico, mas também de visão, sensibilidade, capacidade analítica e habilidades interpessoais. É o equilíbrio entre razão e emoção,

método e intuição.

Ou seja, não se trata apenas de "fazer acontecer", mas sim de fazer com que cada ação, cada decisão e cada recurso estejam alinhados com uma direção estratégica. Daí surge uma pergunta: qual a importância da gestão e seus principais benefícios?

A resposta começa com uma constatação simples: sem gestão, não há direção. Imagine uma empresa sem objetivos claros, sem organização interna e sem acompanhamento dos resultados. Ela pode até funcionar por algum tempo, mas dificilmente será capaz de crescer, inovar ou sobreviver em um mercado competitivo. A gestão entra justamente para estruturar, coordenar e guiar todos os aspectos da organização rumo ao sucesso.

Uma gestão bem feita é o que transforma ideias em ações concretas, recursos dispersos em resultados tangíveis e equipes desconectadas em times de alta performance. É através da gestão que conseguimos integrar pessoas, processos, tecnologias e metas em um sistema coeso e produtivo.

2.2. AS FUNÇÕES ESSENCIAIS DA GESTÃO

A teoria clássica da administração, consolidada por autores como Henri Fayol, estabeleceu as funções essenciais que compõem o trabalho de um gestor. Essas funções, comumente agrupadas no clico PDCA (Planejamento, Organização, Direção, Controle) formam um roteiro lógico para a prática da gestão empresarial.

O ciclo PDCA é uma das ferramentas da qualidade utilizadas para promover a melhoria contínua nos processos de gestão, pois possibilita a identificação de problemas e a busca de soluções adequadas.

A fase de planejamento é considerada a mais importante do ciclo, pois serve como guia para todas as demais etapas. Inicialmente, deve-se analisar o cenário atual, realizando um levantamento de informações gerais para compreendê-lo. Em seguida, é necessário identificar o problema e suas principais causas. Após essa etapa, procede-se à definição dos objetivos e das metas, bem como ao estabelecimento dos indicadores de desempenho, que permitirão acompanhar os resultados. Por fim, é elaborado um plano de ação, que direciona a execução das atividades e o alcance das metas estabelecidas.

Segundo Oliveira (2010, p.39), "o planejamento pode ser conceituado como um "processo desenvolvido para alcance de uma situação futura desejada, de um modo mais eficiente, eficaz e efetivo".

O planejamento se desdobra em três níveis: estratégico (longo prazo, define a direção da empresa), o tático (médio prazo, traduz a estratégia em planos para cada departamento) e o operacional (curto prazo, focando nas atividades e rotinas diárias).

Para a Casas das Luzes, a falta de um planejamento estratégico formal pode levar a decisões reativas, desperdício de recursos e desalinhamento entre as equipes.

Durante a fase de organização, torna-se essencial garantir recursos suficientes para todo o processo. Além disso, são definidos o cronograma detalhado, a distribuição de responsabilidades e os fluxos de trabalho. Também é importante manter uma comunicação contínua com gestores e subordinados sobre prazos, mudanças e ajustes necessários.

Para Chiavenato (2014) “organizar seria agrupar as atividades já previamente estabelecidas para a realização dos planos da empresa, organizando os recursos e pessoas da maneira mais eficiente para alcança os objetivos estabelecidos”.

O que inclui a definição de cargos e responsabilidades, a criação de um organograma claro e o desenho de fluxos de trabalho.

Na fase de direção, o foco está em seguir o plano de ação, respeitando a estrutura definida na etapa anterior. É fundamental assegurar que materiais, pessoas, equipamentos e informações sejam utilizados de forma eficiente. Para isso, é essencial manter uma supervisão contínua, identificar rapidamente falhas ou desvios e tomar decisões flexíveis quando algo não sair conforme o planejado.

Por fim, a fase de controle consiste em verificar se tudo que foi planejado e executado está realmente gerando os resultados desejados. É nesse momento que ocorre a avaliação de desempenho do processo, permitindo identificar acertos, desvios e oportunidades de melhoria. O objetivo do controle é identificar desvios e implementar ações corretivas.

Sem mecanismos de controle, como indicadores de desempenho e relatórios gerencias, a gestão opera “no escuro”, sem saber se está no caminho certo. No contexto da Casa das Luzes, a implementação de um sistema de controle de metas e resultado é essencial para medir o progresso e embasar a tomada de decisões.

2.3. A GESTÃO ESTRUTURADA COMO FATOR DE PERENIDADE EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

A busca por longevidade constitui o desafio central de qualquer organização inserida em um ambiente de negócios dinâmico e competitivo. Para que Empresas de Pequeno e Médio porte (PMEs), como o caso da Casa das Luzes, este desafio é amplificado pela escassez de recursos e pela centralização decisória, tornando a gestão um elemento-chave não apenas para o crescimento, mas para a própria sobrevivência.

A gestão, em sua essência, pode ser compreendida como o processo de tomar e executar decisões sobre objetivos e o uso de recursos organizacionais. Conforme aponta o autor trata-se de colocar as pessoas como partes pertencentes aquela organização, considerando que o comportamento implica diretamente nos resultados que a empresa deseja alcançar (MAXIMIANO, 2012).

Embora os alicerces da teoria da administração tenham sido lançados por pensadores clássicos como Fayol e Taylor no início do século XX, com foco na eficiência produtiva e na estrutura formal, a sua relevância é continuamente reafirmada por autores contemporâneos.

Para Chiavenato (2014. p. 12) argumenta que a “administrar é interpretar os objetivos propostos pela organização e transformá-los em ação organizacional”. Essa definição transcende o tempo, pois evidencia que, independentemente do porte ou setor da empresa, a ausência dessas funções leva a uma gestão reativa e informal, limitando o potencial de crescimento sustentável.

No contexto, das PMEs brasileiras, a profissionalização da gestão é o principal vetor para a transição de um modelo de sobrevivência para um de crescimento planejado. A informalidade e a falta de processos gerenciais claros, identificadas no diagnóstico da Casa das Luzes, são sintomas que, se não tratados, comprometem a capacidade da

organização de se adaptar e prosperar mais ainda. Portanto, argumenta-se que a estruturação de processos gerenciais é um meio estratégico para garantir a longevidade e a competitividade da empresa no mercado.

Entre os principais benefícios da gestão estruturada como fator de perenidade em pequenas e médias empresas, destacamos os seguintes:

- Maior eficiência operacional – Uma boa gestão garante que os recursos — sejam eles tempo, dinheiro, pessoas ou infraestrutura — sejam utilizados da melhor forma possível. Isso reduz desperdícios, otimiza processos e eleva a produtividade.
- Tomada de decisão mais precisa – Gestores eficazes trabalham com base em dados, indicadores e análises consistentes. Isso torna as decisões mais embasadas, estratégicas e menos suscetíveis ao achismo ou impulsividade.
- Alinhamento de equipe e propósito – Quando a gestão é bem conduzida, os colaboradores sabem onde estão, para onde vão e qual o papel de cada um no processo. Esse alinhamento aumenta o engajamento, fortalece a cultura organizacional e melhora o clima interno.
- Melhoria contínua – A gestão eficaz envolve o monitoramento constante dos resultados. Com isso, é possível ajustar rotas, corrigir erros e aprender com a experiência — o que gera uma cultura de evolução e aperfeiçoamento contínuo.
- Aumento da competitividade – Empresas bem geridas entregam mais valor, com mais agilidade e qualidade. Isso se reflete em melhores produtos, melhor atendimento e maior capacidade de se adaptar às mudanças do mercado.

Esses são apenas alguns dos benefícios práticos da gestão, mas eles já demonstram como ela se conecta a todos os aspectos da organização. Do planejamento estratégico à execução diária, tudo depende da capacidade de gerir com clareza, responsabilidade e visão de futuro.

E o melhor: esses benefícios não se restringem a grandes corporações. Negócios locais, projetos pessoais, startups e até mesmo organizações sem fins lucrativos se transformam positivamente quando há gestão presente e bem estruturada.

3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Casa das Luzes, registrada sob a razão social L. de L. Martins LTDA, foi fundada pelo empreendedor Leonardo Martins, em 10/08/2023, e está localizada atualmente na Avenida Curaçao, 696, no bairro Nova Cidade, em Manaus.

Próximo de completar seus dois anos de atuação no mercado, a empresa ainda opera com uma estrutura enxuta, sem forte presença nos meios digitais e com divulgação limitada nas redes sociais. No entanto, seu e-mail institucional é o leo.delimamartins@gmail.com e o contato telefônico é o (92) 99229-1635, ambos servem como os principais canais de comunicação com seus clientes, nas redes sociais como Instagram, podemos encontrar a empresa como @casadasluzes_, a empresa ainda não dispõe de um site próprio, mas até a entrega final do trabalho de conclusão do curso, providenciaremos essa demanda.

Embora seja uma empresa recente, seu fundador possui mais de 15 anos de experiência no setor, o que confere à organização amplo conhecimento da área em que

opera, conferindo a empresa maior credibilidade no mercado e confiança para seus clientes. Sendo uma empresa familiar, que nasceu da necessidade dos insumos a serem utilizados na prestação de serviços de instalações elétricas, a Casa das Luzes tem um excelente potencial de crescimento.

Com o objetivo de expandir suas operações, a empresa já dispõe de um terreno destinado a essa finalidade. A combinação de visão estratégica de mercado e da sólida base de experiência adquirida na prestação de serviços constituem o alicerce necessário para sustentar o desenvolvimento e a implementação da expansão organizacional almejada pela empresa.

Além dos serviços elétricos, a Casa das Luzes oferece uma gama de outros serviços que agregam valor à sua proposta, como a instalação de sistemas de alarme, pintura de edifícios, manutenção de sistemas de ar-condicionado, fornecimento de materiais hidráulicos e soluções de iluminação, entre outros. Dessa forma, a empresa se posiciona como um prestador de serviços completo e diferenciado, proporcionando um atendimento de alta qualidade aos seus clientes, buscando sempre aperfeiçoar seus serviços e o mix de produtos, a fim de melhor atendê-los e se diferenciar da concorrência.

4. METODOLOGIA

A proposta desse artigo será delineada pelo método de estudo de caso.

O estudo de caso, segundo Costa (2016, p. 38) “empresas utilizam estudo de caso para analisar estratégias de mercado, identificar sucessos e fracassos, e inspirar novas ideias. Usados, também, para estudar dinâmicas de grupo, transformações sociais e a influência de fatores políticos em uma comunidade”.

O estudo de caso conecta a teoria à prática, mostrando como os conceitos estudados se manifestam no dia a dia das organizações, comunidades ou indivíduos, conforme as informações que foram coletadas na empresa Casa das Luzes.

Outros dois procedimentos técnicos que serão adotados: Pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

A pesquisa bibliográfica, na visão de Seixas (2020, p. 19) “fornece o embasamento teórico para um novo estudo, pesquisa ou trabalho acadêmico, além de entender o conhecimento preexistente sobre um determinado tema”.

Esse tipo de pesquisa fundamenta o trabalho científico, oferecendo suporte necessário para embasar as ideias, hipóteses e conclusões do pesquisador.

Assim como a pesquisa documental, de acordo com Freitas (2016, p. 54) a pesquisa documental “é um método científico que se baseia na análise de dados e informações contidos em documentos variados (como relatórios, leis, cartas, fotos e etc.) que ainda não foram processados analiticamente”.

Tal pesquisa resgata informações históricas, pois permite compreender processos, decisões e contextos passados que influenciam o presente, ela oferece dados reais e concretos e complementa outras formas de pesquisa.

4.1. DO PONTO DE VISTA DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A pesquisa proposta deste projeto será delineada pelo Método de Estudo de Caso.

O estudo de caso, segundo Gil (2017, p. 58) "consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita o seu conhecimento amplo e detalhado".

Outros dois procedimentos técnicos que serão adotados: Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa Documental.

A Pesquisa Bibliográfica, segundo Gil, (2008, p. 50) "é elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizados na *internet."*

Também será adotada a Pesquisa Documental que para Lakatos e Marconi (2003. p, 195), "como o próprio nome indica, tem como fonte a documentação, que não recebeu tratamento analítico, ou seja, são materiais que 'primeira mão', sendo que os documentos podem ser escritos ou não-escritos, dependendo da fonte".

4.2. QUANTO AO MÉTODO DE OBSERVAÇÃO

4.2.1. OBSERVAÇÃO DIRETA

Segunda Seixa (2020, p. 90) "observação direta é "o pesquisador está presente no local e momento em que o fenômeno ocorre para observar e registrar. Os dados são registrados de forma organizada, seja utilizando uma grelha predefinida ou de maneira mais leve, dependendo do objetivo da pesquisa".

Durante as visitas observou-se a disposição de gôndolas distribuídas pelo espaço da loja, produtos organizados nas paredes, como se dava o fluxo de clientes desde a sua entrada, até o momento que ele se direciona ao caixa, após ter percorrido os espaços e escolhido seus itens.

4.3. QUANTO AOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS

4.3.1. ANÁLISE DOCUMENTAL

Segundo LUDKE e ANDRÉ (2008, p.38), "análise documental é uma técnica valiosa para a pesquisa na medida em que desvenda as informações contidas nos documentos, que, muitas vezes, não são explicadas no primeiro momento".

Na execução dessa pesquisa, a análise documental se deu a partir de conversas diretas com o proprietário da empresa Casa das Luzes, no qual ele se baseia pelo relatório de estoque para reposição ou não de tal material.

4.3.2. ENTREVISTA

Para Minayo (2007, p. 61), "a entrevista é uma forma de coletar dados de forma mais detalhada e flexível, permitindo ao pesquisador explorar temas em profundidade e obter informações que não seriam facilmente acessíveis por meio de um questionário".

Foram realizadas algumas entrevistas previas para a elaboração do Diagnostico Organizacional, levantando os principais pontos, as entrevistas foram realizadas diretamente com o proprietário do estabelecimento, a gestora da unidade e uma conversa informal com um dos seus funcionários, com objetivo de entender a mecânica do dia a dia de funcionamento da empresa Casa das Luzes.

4.3.3. QUESTIONÁRIO

Segundo Seixas,

> Questionário é um conjunto de perguntas predefinidas e organizadas que tem o objetivo de coletar dados sobre um tema específico de um grupo de pessoas, servindo como ferramenta para pesquisas, pesquisar de mercado, avaliações de satisfação ou levantamento de dados em diversas áreas. SEIXAS (2020, p. 120)

No que se refere aos questionários, realizamos a aplicação dos mesmos já determinados com pontos focais para melhor entendermos como a empresa Casas das Luzes está preparada organizacionalmente, buscando identificar quais eram seus pontos fortes voltados para a gestão da empresa, dos funcionários, entre outros subsistemas empresariais.

5. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

De acordo com Fayol (1916, p. 31), “planejar é examinar o futuro e traçar o programa de ação”.

Assim, por meio de um planejamento, as atividades referentes à proposta de solução seguirão um roteiro estruturado.

No primeiro momento, será executada a padronização dos processos internos, por meio da elaboração de fluxogramas e da definição de uma hierarquia organizacional. O público-alvo serão os colaboradores, que se beneficiarão de maior clareza em suas funções e rotinas, reduzindo falhas e retrabalho. A execução desta atividade será realizada pelos próprios colaboradores e gestores, no período de um dia, não gerando custos adicionais, uma vez que serão utilizados os recursos internos da empresa.

No segundo dia, será realizada a implantação dos indicadores de desempenho (KPIs), que permitirão acompanhar a produtividade e a eficiência das operações. O público-alvo continuará sendo os colaboradores, os quais terão acesso a informações mais transparentes sobre o desempenho da empresa e suas próprias metas. Esta atividade também será executada internamente, sem custos adicionais.

Na sequência, será promovida a capacitação dos colaboradores, por meio de reuniões e treinamentos internos, com foco na melhoria da comunicação entre os setores, no incentivo ao trabalho em equipe e no alinhamento dos objetivos individuais às metas organizacionais. Essa etapa terá duração de dois dias e contará com o apoio da liderança, sem custos adicionais, por serem atividades realizadas internamente.

Por fim, será implantado um sistema de acompanhamento e avaliação contínua, com reuniões periódicas para análise dos resultados e realização dos ajustes necessários nos processos de gestão. O público-alvo continuará sendo os colaboradores, que se

beneficiarão de um ambiente mais eficiente, transparente e participativo. Essa atividade será permanente e não acarretará custos diretos, conforme tabela abaixo:

TABELA 1: Distribuição das Atividades

Itens	Atividades	Público-alvo	Duração	Custo
1	Padronização dos processos internos (elaboração de fluxogramas e definição de hierarquia organizacional)	Proprietário/Gestão	1 dia	0
2	Implantação de indicadores de desempenho (KPIs) para monitorar a produtividade e eficiência.	Colaboradores	1 dia	0
3	Capacitação dos colaboradores por meio de reuniões e treinamentos internos.	Colaboradores	1 dia	0
4	Implantação de sistema de acompanhamento e avaliação contínua.	Colaboradores	Permanente	0
Total			-	0

Fonte: SILVA, BASTOS e PORTELA, 2025.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto desta pesquisa possibilitou compreender de forma aprofundada a importância da implantação de processos gerenciais estruturados na empresa Casa das Luzes, evidenciando que a ausência de práticas administrativas formais pode impactar diretamente na eficiência operacional, na qualidade dos serviços prestados, no atendimento e na sustentabilidade do negócio.

Durante o diagnóstico organizacional observou-se que, embora a empresa tenha apenas um ano de fundação no mercado, já apresentou um crescimento significativo em seu segmento. Contudo, verificou-se também que, na região em que está localizada, outras empresas atuantes no mesmo ramo que possuem processos estruturados, o que ainda não ocorre na casa das Luzes.

Essa ausência de estruturação nos processos pode impactar negativamente a sustentabilidade da empresa no mercado competitivo e que está constantemente à mudanças.

Constatou-se ainda que, devido à falta de gestão de processos, o proprietário que sempre centralizada todas as funções administrativas e operacionais enfrentava dificuldades em acompanhar simultaneamente as atividades internas e externas da empresa.

De tal que sobrecarga e dificulta a realização de seu principal objetivo: a abertura de uma nova filial e a consequente expansão no mercado. Assim, fica evidente que, sem uma gestão eficaz, torna-se inviável alcançar os objetivos organizacionais com sucesso, correndo-se o risco de desorganização e perda de direcionamento estratégico.

A partir da análise teórica e prática, verificou-se que a implementação de processos gerenciais formais baseados em planejamento, organização, direção e controle é fundamental para o fortalecimento da estrutura administrativa da Casa das Luzes. A adoção de ferramentas como o ciclo do PDCA, o estabelecimento de indicadores de desempenho permite maior previsibilidade nas decisões e melhor aproveitamento dos recursos disponíveis.

O estudo também ressaltou que, mesmo em pequenas e médias empresas, que o investimento na profissionalização da gestão representa um diferencial competitivo. O investimento em capacitação, padronização de processos e uso de informações para embasar decisões tende a promover ganhos na produtividade, satisfação dos clientes e estabilidade financeira.

Recomenda-se à empresa que continue investido na formalização de seus processos internos, na criação de um planejamento estratégico de médio e longo prazo e na utilização de sistemas de controle que possibilitem a melhoria contínua. Essas medidas contribuirão para a perenidade da casa das Luzes, fortalecendo sua presença no mercado e promovendo um ambiente organizacional mais eficiente, colaborativo e inovador.

Por fim, a trajetória desta pesquisa reforça a relevância da gestão como instrumento de transformação e sucesso organizacional, demonstrando que o conhecimento técnico e aplicação prática dos conceitos administrativos são essenciais para garantir a sustentabilidade e o crescimento de qualquer organização independentemente do seu porte.

REFERÊNCIAS

[1] CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[2] COSTA, Fábio Carlo. **Fundamentos da Cientificidade.** São Paulo, Ática, 2016.

[3] FARIAS, Wenderson Pinto. Gestão do limiar administrativo. In: CARVALHO, Joyce Traveiro. **Gestão de Planejamento no contemporâneo**. São Paulo: Cultrix, 2024.

[4] FAYOL, Henri. **Administração Industrial e geral: previsão, organização, comando, coordenação e controle**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

[5] FREITAS, Maria de Jesus Rolim. **Ciência, prática e teoria na sociedade.** São Paulo: Contexto, 2016.

[6] GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

[7] GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicos de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

[8] LAKTOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de metodologia cientifica.** 5. Ed. São Paulo: Atlas 2003.

[9] LIMA, Maria Francisca Morais de. **Orientações para a elaboração de artigo científico.** Comunicação apresentada no VII encontro do grupo de pesquisa de discursos da mídia. São Paulo: PUC, 2014.

[10] LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Pesquisa em Educação: abordagem qualitativas**. São Paulo: EPU, 2008.

[11] MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

[12] MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru**. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2007.

[13] MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria Geral da Administração.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

[14] OLIVEIRA, Carlos Alberto Toledo. **Planejamento Estratégico nas Organizações**. 2.ed. São Paulo: Athenas, 2010.

[15] SEIXAS, Rafael Dias. **Metodologia do dia a dia na** Ciência. São Paulo: Motix, 2020.

Capítulo 2

Comunicação organizacional na empresa M de Fátima Santiago

Meyck Brenol Gatto Paz[1]
Rafaelly Azevedo de Moraes[2]
Ranna Vidal Vieira[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: O presente artigo tem como tema central a Comunicação Organizacional, identificada como uma área crítica dentro da empresa *M de Fátima Santiago*, situada em Manaus e atuante no ramo de móveis metálicos. Observou-se que, apesar da boa relação interpessoal entre gestores e colaboradores, há carência de métodos formais de comunicação interna e externa, o que impacta o alinhamento estratégico e a eficiência nos processos. A delimitação do tema concentra-se na Implementação de práticas de comunicação, capazes de alinhar processos internos e externos na empresa M de Fátima Santiago. O objetivo geral do estudo é analisar a importância da comunicação organizacional para o fortalecimento das relações internas, externas e o alcance dos objetivos empresariais. Já os objetivos específicos são: (1) identificar as principais falhas e barreiras na comunicação interna; (2) propor melhorias para o fluxo comunicacional entre os setores; (3) avaliar o impacto da comunicação na motivação e desempenho dos colaboradores; e (4) sugerir ferramentas que promovam uma comunicação mais clara e participativa. A pergunta norteadora que orienta a pesquisa é: *como implementar um sistema de respostas referentes a reclamações e sugestões de clientes e funcionários na empresa M de Fátima Santiago?* A hipótese é que após o diagnóstico organizacional, verificou-se que o processo de comunicação da empresa M de Fátima Santiago está comprometido, pois não possui a implementação de um sistema formalizado para o registro, acompanhamento e respostas às reclamações e sugestões de clientes e funcionários. O estudo fundamenta-se em autores clássicos da área, como Chiavenato (2014), que destaca a comunicação como instrumento essencial para a gestão de pessoas; Robbins (2009), que aponta a comunicação como base do comportamento organizacional; e Martins (2020), que reforça a importância das mensagens e significados compartilhados nas relações de trabalho.Por fim, observa-se que a comunicação organizacional é um fator estratégico para o sucesso empresarial, devendo ser tratada como uma ferramenta de gestão. O fortalecimento da comunicação interna poderá favorecer o engajamento, reduzir ruídos e contribuir para o desenvolvimento sustentável da empresa.

Palavras-chave: comunicação organizacional; gestão; clima interno; processos empresariais.

[1] Aluno do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[2] Aluna do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[3] Aluna do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[4] Professor do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação organizacional constitui-se como um dos pilares fundamentais para o bom funcionamento das empresas modernas, sendo responsável por integrar setores, alinhar estratégias e promover um ambiente colaborativo. Segundo Chiavenato (2014, p. 21), "as pessoas constituem o patrimônio mais importante de uma organização, e a comunicação é o principal instrumento de integração e coordenação entre elas". Em um cenário empresarial cada vez mais competitivo, a ausência de práticas comunicacionais estruturadas pode gerar falhas na transmissão de informações, comprometendo a eficiência e os resultados da organização.

Durante a realização do Diagnóstico Organizacional da empresa M de Fátima Santiago, observou-se que, embora a comunicação interna entre gestores e colaboradores ocorra de forma informal e respeitosa, ainda há ausência de canais institucionais e processos formais de registro e feedback. Essa lacuna dificulta o alinhamento entre os setores e a disseminação de informações estratégicas, o que evidencia a comunicação organizacional como uma área crítica e prioritária de intervenção. Diante desse cenário, surge o problema de pesquisa: de que forma a comunicação organizacional pode contribuir para a melhoria do clima interno e da eficiência operacional da empresa M de Fátima Santiago?

A escolha do tema justifica-se por sua relevância para a área de Administração, visto que a comunicação é um elemento essencial na gestão de pessoas e nos processos decisórios. Conforme Robbins (2009, p. 152), "a comunicação eficaz é o alicerce do comportamento organizacional, permitindo que as metas individuais e corporativas se alinhem de maneira produtiva". Para a empresa estudada, a pesquisa representa um ganho estratégico, pois possibilitará identificar falhas comunicacionais e propor soluções que fortaleçam o relacionamento interno, melhorem a produtividade e otimizem os fluxos de informação.

Para os acadêmicos, o estudo apresenta relevância teórica e prática, pois permite aplicar os conceitos aprendidos ao longo do curso de Administração em um contexto real, desenvolvendo a capacidade analítica e crítica sobre os desafios comunicacionais nas organizações. Já para a sociedade e os clientes, a importância está relacionada ao aprimoramento dos serviços prestados pela empresa, visto que uma comunicação eficiente reflete diretamente na qualidade do atendimento e na satisfação do consumidor. Assim, este trabalho contribui tanto para o desenvolvimento institucional quanto para a formação profissional e social dos envolvidos.

O presente artigo tem como objetivo geral analisar a importância da comunicação organizacional para o fortalecimento das relações internas e o alcance dos objetivos empresariais da M de Fátima Santiago. Como objetivos específicos, busca-se: (1) identificar as principais falhas e barreiras na comunicação interna; (2) propor melhorias para o fluxo comunicacional entre os setores; (3) avaliar o impacto da comunicação na motivação e desempenho dos colaboradores; e (4) sugerir ferramentas que promovam uma comunicação mais clara, participativa e integrada.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. COMUNICAÇÃO EFICAZ: QUAIS SUAS DEFINIÇÕES

A comunicação eficaz é a habilidade de transmitir informações de maneira clara, objetiva e compreensível, garantindo que a mensagem seja recebida exatamente como foi pensada por quem a emitiu. Mais do que apenas falar ou escrever bem, comunicar-se de forma eficaz envolve também saber ouvir com atenção, interpretar emoções, considerar o contexto e adaptar a linguagem ao público.

Esse tipo de comunicação reduz ruídos, evita mal-entendidos e fortalece os relacionamentos interpessoais. Nos ambientes organizacionais, ela é essencial para o bom funcionamento das equipes, pois contribui para a cooperação, a produtividade e o alinhamento das metas.

Assim, quando uma empresa investe em comunicação eficaz, ela promove um ambiente mais saudável, onde as pessoas se sentem valorizadas, compreendidas e motivadas para contribuir com os seus talentos. Portanto, essa competência é um diferencial importante tanto para os líderes quanto para os colaboradores em busca de relações mais harmoniosas e resultados mais consistentes.

Chiavenato (2014, p. 21) afirma que ao destacar que “as pessoas constituem o patrimônio mais importante de uma organização, e a comunicação é a base para potencializar competências, fortalecer vínculos e garantir desempenho coletivo”. Ou seja, mesmo em empresas de pequeno porte, como a analisada, a comunicação precisa ser vista como ferramenta estratégica de gestão.

Segundo Kunsch (2003, p. 59), “a comunicação organizacional deve ser compreendida como um processo estratégico, capaz de articular informações e sentidos, permitindo o alinhamento entre colaboradores, gestores e sociedade”. Na prática, percebe-se que a M. de Fátima Santiago, embora mantenha boa comunicação interna verbal e escrita, ainda carece de planejamento formal e de instrumentos que deem maior visibilidade e consistência à sua presença no mercado.

Marchiori (2010, p. 27) acrescenta que “a comunicação organizacional é um processo de construção de significados compartilhados, que sustenta a cultura e fortalece o clima interno das organizações”. Isso implica que a ausência de um sistema estruturado de comunicação pode comprometer não apenas a imagem externa da empresa, mas também o engajamento de seus colaboradores.

No cenário contemporâneo, a comunicação deixou de ser apenas um recurso auxiliar e tornou-se elemento central na gestão estratégica. Drucker (1998, p. 16) argumenta que “definir a missão de uma organização é difícil, doloroso e arriscado, mas é só assim que se consegue estabelecer políticas, desenvolver estratégias, concentrar recursos e começar a trabalhar”. Nesse sentido, a lacuna identificada no diagnóstico da M. de Fátima Santiago evidencia a necessidade de investir em práticas de comunicação integrada, capazes de alinhar processos internos e externos.

Assim, a fundamentação teórica que se apresenta busca discutir o papel da comunicação organizacional sob três perspectivas principais: a comunicação interna, a comunicação externa e a comunicação estratégica integrada, relacionando-as às fragilidades e potencialidades encontradas no diagnóstico da empresa estudada.

2.2. COMUNICAÇÃO INTERNA ORGANIZACIONAL

A comunicação interna é um dos pilares da comunicação organizacional, pois promove a integração entre colaboradores, setores e gestores. Para Robbins (2009, p. 152), "os valores organizacionais precisam ser transmitidos e reforçados continuamente, a fim de orientar comportamentos e consolidar a cultura corporativa". Nas empresas constata-se que há pontos fortes, como a comunicação verbal e escrita entre setores, e também a transparência da direção. No entanto, verifica-se como ponto fraco a ausência de um sistema estruturado para registrar e responder às reclamações e sugestões de clientes e colaboradores.

Segundo Torquato, "mais do que transmitir informações, a comunicação interna é um instrumento de gestão que contribui para o fortalecimento da cultura organizacional e para a motivação dos empregados." (TORQUATO, 2004, p. 89).

Portanto, fortalecer os canais de feedback e criar mecanismos formais de escuta podem favorecer a motivação dos funcionários e a qualidade das entregas.

2.3. COMUNICAÇÃO EXTERNA

A comunicação externa envolve os fluxos de interação entre a organização e seus públicos de interesse, como clientes, fornecedores, governo e comunidade. Freeman (1984, p. 46) define que "stakeholders são todos os indivíduos ou grupos que podem afetar ou ser afetados pelas atividades de uma organização". Dessa forma, a comunicação externa é essencial para construir relacionamentos sólidos e preservar a imagem institucional.

Kotler e Keller (2012, p. 137) ressaltam que "a clareza das mensagens e a coerência da proposta de valor transmitida pela organização são fundamentais para garantir competitividade no mercado". Contudo, nas empresas hoje, percebe-se que a área de marketing e pós-venda apresenta fragilidades, especialmente pela ausência de estratégias em redes sociais e acompanhamento contínuo dos clientes.

Esse cenário pode comprometer a fidelização e dificultar a prospecção de novos consumidores, o que torna necessário implementar ações de marketing digital e comunicação mercadológica planejada.

2.4. COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura organizacional é constituída pelos valores, crenças e práticas compartilhadas pelos membros da organização. Robbins (2009, p. 152) afirma que "os valores precisam ser comunicados e reforçados para que haja coesão cultural".

Maximiano (2011, p. 75) complementa que "os princípios organizacionais são normas fundamentais que guiam a conduta e a tomada de decisões em uma organização, refletindo seus valores essenciais". A comunicação é, portanto, o meio pelo qual esses valores e princípios se tornam visíveis e aplicados.

Assim, muitos diagnósticos revelam a ausência de valores e princípios claramente definidos, o que pode impactar a coesão interna. Tal lacuna reforça a importância de estabelecer diretrizes de comunicação que fortaleçam a identidade e a cultura da organização.

2.5. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E INTEGRADA

A comunicação organizacional contemporânea deve ser entendida como estratégica. Drucker (1998, p. 16) enfatiza que "a missão e os objetivos só podem ser alcançados por meio de políticas claras, sustentadas por comunicação consistente".

Para Mintzberg (2006, p. 94), "a comunicação desempenha papel central no processo estratégico, uma vez que conecta planejamento, execução e avaliação". Já Kunsch (2009, p. 112) introduz o conceito de comunicação integrada, destacando que "a comunicação integrada une dimensões institucionais, mercadológicas, internas e administrativas, garantindo coerência no posicionamento da organização".

Nas organizações hoje evidencia-se que elas ainda não possuem políticas formais de comunicação, o que pode comprometer sua imagem e limitar sua competitividade. Assim, torna-se urgente a implementação de práticas de comunicação integrada que alinhem os processos internos e externos, fortalecendo a identidade corporativa e ampliando sua presença no mercado.

Portanto, a comunicação deve ser compreendida não apenas como instrumento de transmissão de informações, mas como um recurso estratégico que possibilita a inovação, o fortalecimento da cultura e a construção de uma imagem positiva diante da sociedade.

2.6. A IMPORTÂNCIA DE SE INVESTIR EM UMA COMUNICAÇÃO EFICAZ

Investir em uma comunicação eficaz é essencial porque ela impacta diretamente o clima organizacional, a produtividade e a qualidade das relações interpessoais, dentro e fora do ambiente de trabalho.

Quando as mensagens são claras e bem transmitidas, as chances de erro diminuem, os processos fluem melhor, e as equipes se tornam mais coesas e alinhadas com os objetivos da organização.

Além disso, uma comunicação eficaz favorece a construção de um ambiente mais empático e colaborativo, onde as pessoas se sentem ouvidas e valorizadas. Isso fortalece os vínculos entre líderes e liderados, melhora a motivação e contribui para um bom desempenho coletivo. Também ajuda a prevenir conflitos desnecessários, pois reduz mal-entendidos e ruídos de informação.

Portanto, desenvolver essa habilidade é um investimento estratégico para qualquer pessoa ou empresa que deseja crescer de forma sustentável, com relações mais humanas, respeitosas e eficientes em todos os níveis.

3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A M de Fátima Santiago é uma empresa consolidada no mercado de Manaus, com mais de 21 anos de experiência no segmento de fabricação de móveis metálicos voltados para uso doméstico e pessoal. Ao longo de sua trajetória, a empresa se especializou na produção de estruturas de mesas e cadeiras escolares, além de móveis de embalo, todos desenvolvidos com molas reforçadas e materiais de alta qualidade, assegurando a durabilidade e a funcionalidade de seus produtos.

Com uma gestão enxuta, a empresa é dirigida por um único gerente e conta com uma equipe de 24 colaboradores, distribuídos entre 9 setores distintos, garantindo a

organização e a fluidez de seus processos produtivos. Os setores da empresa são: Escritório (1 colaborador), Pintura (1 colaborador), Galvanista (1 colaborador), Soldagem (3 colaboradores), Moldagem (3 colaboradores), Enrolador (8 colaboradores), Embalador (3 colaboradores), Expedição (3 colaboradores) e Cozinha (1 colaborador).

A M de Fátima Santiago preza pela qualidade em todas as etapas do processo produtivo, desde a concepção do produto até a entrega final, e se destaca por sua capacidade de inovação. Com o compromisso de oferecer produtos com alto padrão de qualidade e um excelente custo-benefício, a empresa continua a expandir sua presença no mercado de móveis metálicos, mantendo-se sempre atenta às demandas e expectativas de seus clientes.

4. METODOLOGIA

4.1. DO PONTO DE VISTA DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A pesquisa proposta deste projeto será delineada pelo Método de Estudo de Caso.

Segundo Douglas (2021, p. 87), o estudo de caso detalha as nuances de uma situação específica que não seriam capturadas por métodos mais gerais. E contribui para o campo de estudo, informando teorias e práticas.

O estudo de caso consiste em uma análise aprofundada e minuciosa de um ou poucos objetos, com o objetivo de obter um conhecimento amplo e detalhado sobre eles. No contexto desta pesquisa, esse estudo será conduzido na empresa M de FÁTIMA SANTIAGO, permitindo compreender suas particularidades de forma abrangente.

Outros dois procedimentos técnicos que serão adotados: Pesquisa Bibliográfica e a Pesquisa Documental.

A Pesquisa Bibliográfica, segundo Douglas (2021, p. 101), a Pesquisa Bibliográfica descobre áreas ainda não exploradas na literatura. E dar consistência e força aos argumentos apresentados no trabalho.

Esse tipo de pesquisa é desenvolvido com base em materiais já publicados, como livros, artigos científicos e, mais recentemente, conteúdos disponíveis na internet.

Também será adotada a Pesquisa Documental que para Douglas (2021, p. 125), utiliza documentos que não foram elaborados com o objetivo de pesquisa, como atas, certidões ou relatórios, sendo um material não-analítico e que pode ser atual ou antigo.

Observa-se que esse tipo de pesquisa é realizado com base em materiais que ainda não passaram por uma análise crítica ou tratamento analítico por parte do pesquisador.

4.2. QUANTO AO MÉTODO DE OBSERVAÇÃO

4.2.1. OBSERVAÇÃO DIRETA

Segundo Costa (2016, p. 71), observação direta é útil para identificar e obter provas sobre situações ou comportamentos dos quais os indivíduos podem não ter consciência, mas que orientam suas ações.

Ao realizar uma visita de campo ao local selecionado para o estudo de caso, é possível observar diretamente os fenômenos que ocorrem naquele ambiente. Quando os aspectos analisados não são apenas de natureza histórica, certas ações e comportamentos

podem ser vistos em tempo real, proporcionando informações valiosas que servem como evidências importantes para a pesquisa.

4.3. QUANTO AOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS

4.3.1. ANÁLISE DOCUMENTAL

Segundo Costa (2016, p. 81), análise documental no contexto empresarial, a análise documental verifica a autenticidade de documentos em processos de concessão de crédito, formalização de contratos e validação de informações de parceiros.

As informações obtidas por meio de documentos são essenciais para qualquer tipo de estudo de caso, podendo aparecer em diferentes formatos e exigindo um planejamento claro de coleta de dados. Esses documentos correspondem a registros escritos que servem como fontes de informação e tem como principal função reforçar e complementar as evidências obtidas por outras formas de pesquisa.

4.3.2. ENTREVISTA

Para Freitas (2016, p. 100), entrevistas são uma aplicação dos processos fundamentais de comunicação que quando são corretamente utilizados permitem ao investigador retirar das suas entrevistas elementos de reflexão muitos riscos.

A entrevista é uma das principais fontes de informação em um estudo de caso, pois permite explorar os objetivos do projeto de forma mais profunda. Recomenda-se entrevistar um número suficiente de pessoas consideradas informantes-chave, a fim de obter diferentes perspectivas. As informações coletadas devem ser examinadas por meio de uma análise qualitativa, buscando compreender significados e interpretações presentes nas respostas.

4.3.3. QUESTIONÁRIO

Segundo Costa (2016, p. 110), o questionário pode contar perguntas abertas (que permitem respostas detalhadas) e fechadas (que oferecem opções fixas de respostas), e se aplicado de diversas formas, como online, por telefone ou pessoalmente.

O questionário é um instrumento utilizado para reunir informações sobre um determinado problema, permitindo posteriormente a analise e interpretação dos dados obtidos. Ele é geralmente aplicado em pesquisas de natureza quantitativa, nas quais os resultados são organizados e apresentados de forma visual, como por meio de tabelas e gráficos.

5. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A partir da análise realizada no diagnóstico organizacional e das constatações apresentadas na justificativa, propõe-se como solução a implantação de um Plano de Comunicação Interna Estruturado na empresa M. de Fátima Santiago, com o objetivo de aprimorar o fluxo de informações entre os setores e consolidar uma cultura comunicacional mais clara, participativa e eficiente.

A proposta visa estabelecer canais formais de comunicação que complementem a comunicação verbal já existente, possibilitando o registro, acompanhamento e retorno das informações trocadas entre colaboradores e gestores. Para isso, serão criados instrumentos de comunicação interna como: murais informativos atualizados semanalmente, grupo corporativo em aplicativo de mensagens com regras de uso organizacional, e formulários de feedback e sugestões acessíveis aos colaboradores.

Como resultados esperados, a proposta pretende:

- Fortalecer o relacionamento entre gestores e equipe;
- Aumentar a transparência e a confiabilidade nas informações;
- Melhorar o clima organizacional e a integração entre os setores;
- Otimizar o tempo de resposta a solicitações e reclamações;
- Contribuir para o desempenho e eficiência operacional da empresa.

Dessa forma, a solução proposta busca transformar a comunicação interna em um instrumento estratégico de gestão, capaz de sustentar o crescimento organizacional, fortalecer a cultura empresarial e aprimorar o desempenho coletivo da M. de Fátima Santiago.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do Diagnóstico Organizacional na empresa M de Fátima Santiago possibilitou uma compreensão aprofundada de sua estrutura administrativa, processos produtivos e aspectos humanos que compõem o ambiente interno. Durante o desenvolvimento do projeto, observou-se que, apesar da empresa possuir uma gestão sólida e colaboradores comprometidos, há fragilidades significativas na comunicação organizacional, especialmente no que diz respeito à formalização de processos e à criação de canais eficientes de troca de informações entre os setores.

O estudo permitiu identificar que a comunicação interna ocorre de maneira predominantemente informal, o que, embora mantenha um clima de respeito entre os colaboradores, acaba dificultando o alinhamento estratégico e a integração das informações administrativas. Essa constatação reforça a importância da comunicação como ferramenta essencial para o funcionamento harmonioso das organizações. Conforme destaca Robbins (2009, p. 152), “a comunicação eficaz é o alicerce do comportamento organizacional, permitindo que os objetivos individuais e corporativos se alinhem de forma produtiva”.

Com base nos resultados obtidos, a equipe recomenda à empresa a implantação de canais de comunicação estruturados, como murais informativos, reuniões semanais de alinhamento e utilização de ferramentas digitais para registro e acompanhamento de processos. Além disso, sugere-se a adoção de uma política de feedback contínuo, a fim de fortalecer o relacionamento entre líderes e liderados, promover maior clareza nas responsabilidades e estimular o engajamento coletivo.

Durante o trajeto da pesquisa, desde a etapa diagnóstica até a elaboração do projeto de intervenção, foi possível perceber a relevância da comunicação como um fator determinante para o crescimento organizacional e o desenvolvimento das pessoas. O trabalho também proporcionou aos acadêmicos a oportunidade de vivenciar na prática

os conceitos teóricos estudados em sala de aula, aproximando o conhecimento científico da realidade empresarial.

Constata-se, portanto, que a comunicação eficaz é indispensável para o fortalecimento da cultura organizacional e para o alcance de resultados sustentáveis. As recomendações propostas visam contribuir para a evolução da empresa M de Fátima Santiago, aprimorando seus processos internos e reforçando seu compromisso com a qualidade, a transparência e a valorização das pessoas que compõem sua estrutura.

REFERÊNCIAS

[1] CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[2] COSTA, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro: FGV, 2016.

[3] DOUGLAS, M. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2021.

[4] DRUCKER, Peter. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1998.

[5] FREEMAN, R. Edward. **Strategic management***:* a stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.

[6] FREITAS, R. **Entrevista e comunicação na pesquisa qualitativa**. Belo Horizonte: UFMG, 2016.

[7] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

[8] KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

[9] MARCHIORI, Marlene. **Comunicação e organização***: reflexões, processos e práticas.* São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

[10] MARTINS, Carlos. **Comunicação e significado nas relações de trabalho**. São Paulo: Atlas, 2020.

[11] MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

[12] MINTZBERG, Henry. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

[13] ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 13. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

[14] TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

Capítulo 3

Comunicação organizacional na empresa Glowstore: um estudo para otimização dos processos comunicacionais internos

Francilia Castro dos Santos[1]
Suellem Larissi Sena de Oliveira[2]
Wenderson Pinto Farias[3]

Resumo: A comunicação organizacional é um elemento fundamental para o bom funcionamento de qualquer empresa, pois permite a integração entre os setores e contribui para o alcance dos objetivos estratégicos. Este artigo tem como objetivo analisar o processo de comunicação na empresa GlowStore, localizada em Manaus, propondo ações de melhoria para otimizar o fluxo de informações internas e externas, e busca evidenciar a importância da comunicação como instrumento de gestão e desenvolvimento organizacional.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Estratégia. Gestão. GlowStore.

[1] Aluna do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[2] Aluna do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[3] Professor do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação organizacional constitui um dos pilares fundamentais para o sucesso de uma empresa, pois envolve o compartilhamento de informações que orientam decisões e fortalecem o relacionamento entre líderes, colaboradores e clientes.

Segundo Kunsch (2003), “a comunicação é o processo que integra a organização em torno de seus objetivos e estratégias”.

No contexto da empresa GlowStore, que atua há mais de quatro anos no comércio varejista de calçados em Manaus, percebe-se a necessidade de aprimorar os processos comunicacionais internos, especialmente entre os setores de vendas e gestão. Tal aprimoramento é essencial para manter o crescimento da empresa e consolidar sua imagem no mercado local.

2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa GLOWSTORE, que já atua no mercado de Manaus há mais de 4 anos, tem focado seu trabalho no ramo do comércio varejista de calçados e se destacado por ter, um atendimento de primeira, viabilizando o conforto para os seus clientes e focando novos com objetivo de crescimento nas vendas, a cada mês.

No ano de 2007, Josiane iniciou-se sua jornada trabalhista de carteira assinada, no ramo comercial, onde começou toda sua trajetória com vendas. Após 4 anos, foi demitida e com a rescisão resolveu trabalhar por conta própria.

A partir do ano de 2018, com várias experiências adquiridas, resolveu dar nome a uma empresa chamada de: GLOWFITNESS, conquistando cada vez mais seus clientes, recebendo muitos pedidos e através desse grande aumento, resolveu investir no ramo de calçados.

Essa proposta, foi bem aceita porque combinava muito com o modelo que ela já trabalhava. Foi no período de 2021, que ela começou a investir somente nas vendas dos calçados, surgindo aí a empresa: GLOWSTORE legalmente regularizada. Com aumento das vendas, veio a contratação de novos funcionários: Gerente comercial e auxiliar para atender ao público.

A empresa tem como razão social, Josiane Silva de Souza, CNPJ: 44.630.842/0001-00. Está localizada na Rua Guabajuba Nº 80 Cidade Nova, Manaus- AM.

FOTO 1- GLOWSTORE

Fonte: CASTRO E OLIVEIRA, 2025.

A missão da empresa é oferecer um produto de excelência, para que os clientes consigam usar tranquilamente, sem se preocupar com desconforto e através disso, alcançar novos cliente por meio de feedbacks. Segundo Costa (2007, p.35), "além de uma autoimagem simples e objetiva, também é necessário haver um sentido claro sobre qual a razão da existência da organização, que é o conceito conhecido como missão."

A visão é levar minha marca para os municípios do Amazonas e expandi nossas filiais que vai atender a comunidade local. "Visão é um modelo mental de um estado ou situação altamente desejável, de uma realidade futura possível para a organização" (COSTA, 2007, p.35).

A pesquisa realizada com a diretora da empresa, constataram-se alguns valores: estratégia, satisfação e qualidade. Trabalhar com vendas e um desafio, tem dias que vai estar bom, tem dias que não vai estar. Mas o importante e mante-se determinados a vencer as barreiras e montar estratégia para que o negócio gire.

Qualidade e onde a diretora da empresa, sempre bate na tecla. Ela faz isso com muito amor e dedicação, sempre fazendo pesquisa no mercado para trazer os melhores produtos e com boa qualidade, aos seus clientes.

Quanto aos valores, Costa diz:

> como o seu próprio nome diz, os valores são características, virtudes, qualidades da organização que podem ser objeto de avaliação, como se estivessem em uma escala, com gradação entre avaliações extremas. São atributos realmente importantes para a organização, virtudes que se pretende preservadas e incentivadas e às quais deve ser dado o mérito. É como se os princípios fossem os fundamentos de um edifício, ao passo que os valores seriam as cores e os acabamentos das paredes externas ou

> internas do prédio: ambos são importantes, mas em natureza e graus diferentes (2007, p.38).

Quanto aos princípios, Costa diz que:

> os princípios são aqueles pontos e tópicos os quais a organização não está disposta a mudar, aconteça o que acontecer. Em alguns casos, podem vir expressos como uma carta de princípios, um credo ou uma profissão de fé, declarando quais são as crenças básicas da organização. Outras organizações criam um código de ética, declarando aquilo que é aceitável e aquilo que não é admissível naquela casa (2007, p.38).

Com todo o seu trabalho árduo, para a diretora a melhor coisa e ver seus clientes satisfeito com o produto que está levando para casa, pois eles satisfeito e a certeza que sempre voltará para comprar novos produtos.

A empresa GLOWSTORE tem como principal objetivos: Abrir filiais nos municípios do Amazonas, para que a população local conheça e adquira seus produtos, ter revendedores da marca para que assim, alcance um público maior e traga conforto através dos seus produtos.

Afirma Cobra que:

> o destino visado por uma embarcação também pode ser compreendido como um objetivo a ser alcançado. A razão de ser de uma organização está consubstanciada nos objetivos que ela persegue. Para atingir objetivos e preciso alocar recursos que possibilitem alcançá-los ou realizá-los. Há objetivos que devem ser atingidos a curto, médio ou longo prazo (2009, p.34).

Para Tiffany e Peterson (1998, p.26), “metas são resultados abrangentes com as quais sua empresa assumiu um compromisso definitivo”.

Baseado no que foi acima citado a diretora citou que desejar alcançar sempre novos clientes, para que eu consiga chegar ao seu objetivo de expandir o mercado aos municípios do Amazonas.

3. METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e exploratória, utilizando observação direta e análise documental da empresa. Também foram consideradas conversas informais com a gestora e colaboradores, buscando compreender as práticas comunicacionais existentes.

Os dados obtidos foram analisados à luz da literatura sobre comunicação organizacional, permitindo propor intervenções adaptadas à realidade da GlowStore.

4. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A intervenção proposta consiste na implementação de um plano de comunicação organizacional interna, com os seguintes eixos:

1. Criação de canais formais de comunicação (como grupos de mensagens corporativas e murais informativos) para evitar ruídos e dispersão de informações.
2. Reuniões periódicas entre gerência e equipe de vendas, com pauta definida e espaço para feedbacks.
3. Capacitação dos colaboradores em técnicas de comunicação interpessoal e; atendimento ao cliente.
4. Manual interno de comunicação, contendo orientações sobre fluxos informacionais, linguagem e responsabilidades.
5. Avaliação periódica dos resultados da comunicação, por meio de questionários e reuniões de alinhamento.

Essas ações visam promover a clareza na transmissão das informações, o engajamento dos colaboradores e o fortalecimento da cultura organizacional da Glowstore.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação organizacional é um instrumento essencial para o fortalecimento e crescimento das empresas. Na GlowStore, sua otimização representa um passo estratégico para melhorar a integração interna, a satisfação dos colaboradores e a experiência dos clientes.

Conforme ressalta Grossman (apud documento base, 2024), “quando a comunicação é boa, ela informa; quando é ótima, ela engaja e incentiva os colaboradores a agirem”. Dessa forma, a implementação de um plano de comunicação bem estruturado possibilitará à empresa alcançar melhores resultados e consolidar sua posição no mercado manauara.

REFERÊNCIAS

[1] BEUREN, Ilse Maria et al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

[2] COBRA, Marcos**. Administração de Marketing no Brasil.** 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

[3] COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica**: da Empresa que temos para a Empresa que queremos. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

[4] CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[5] GROSSMAN, David. **Comunicação empresarial eficaz**. Chicago, 2018.

[6] KUAZAQUI, Edson. **Planejamento estratégico de marketing**: conceitos, técnicas e práticas. São Paulo: Atlas, 2006.

[7] KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

[8] ROESCH, Sylvia M. Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

[9] TIFFANY, Paul; PETERSON, Steve. **Planejamento Estratégico**: o melhor roteiro para um planejamento estratégico eficaz. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Capítulo 4

Procedimentos organizacionais na empresa Locus Cabine de Estudos LTDA

Daniele Souto Vieira[1]
Kaylany Camarão Tavares[2]
Paulo Marcio Rosário da Silva Junior[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: O presente trabalho tem como tema os procedimentos organizacionais e delimita-se à proposta da implantação de procedimentos internos na empresa Locus Cabine de Estudos Ltda, localizada em Manaus/AM. O estudo revela como a ausência de padronização afeta o desempenho organizacional e de que forma a formalização de normas e rotinas pode melhorar a eficiência e a qualidade dos serviços. A pergunta norteadora consiste em responder à questão: como implantar procedimentos organizacionais internos na empresa Locus Cabine de Estudos LTDA? Tem-se como hipótese a falta de padronização compromete a clareza, a comunicação e a eficiência operacional, enquanto a normatização contribui para o alinhamento entre colaboradores e o fortalecimento da competitividade. Fundamenta-se em autores como Harrington (1993) Hammer (2001), Maximiano (2012) e Chiavenato (2014), que destacam a importância da gestão por processos e da padronização administrativa. Conclui-se que a implantação de procedimentos estruturados é essencial para garantir o crescimento sustentável e a consolidação da empresa no mercado manauara.

Palavras-chave: Procedimentos organizacionais, Padronização, Gestão de processos, Eficiência operacional, Comunicação interna.

[1] Discente do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[2] Discente do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[3] Discente do Curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[4] Docente da disciplina de Estágio Supervisionado II do Centro Universitário FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

Este projeto de intervenção foi desenvolvido tendo como base o diagnóstico organizacional realizado na empresa Locus Cabine de Estudos LTDA, possibilitando a visualização das várias áreas críticas da organização.

Foi identificada a área de procedimentos como a mais crítica. Assim, esta área apresentou maior probabilidade de intervenção.

Diante do exposto, visando a padronização dos procedimentos internos, formulou-se o seguinte problema: Como implantar os procedimentos organizacionais internos na empresa Locus Cabine de Estudo?

Para a resolução do problema definiu-se como objetivo geral implantar os procedimentos organizacionais internos da empresa e os objetivos específicos: identificar as principais falhas e pontos críticos nos processos internos, analisar as práticas que assegurem maior clareza, agilidade e eficiência operacional.

A empresa Locus Cabine de Estudos LTDA localiza-se na rua Belo Horizonte, n.º 1370, Aleixo, Manaus-AM, dispondo de 2 salões comerciais, cada um contendo 8 cabines de estudo, refeitório e uma dispensa. Opera com um número reduzido de colaboradores em virtude da baixa necessidade de operação.

Sua principal atividade é oferecer conforto e tranquilidade na hora dos estudos. Seus principais clientes são concurseiros, estudantes e universitários.

Para fundamentação do projeto foram utilizadas as obras de vários autores, tais como: Drucker (1999); Hammer (2001); Garvin (2002); Chiavenato (2003); Oliveira (2011) e Maximiano (2012), que abordam especificamente a respeito de procedimentos e sua importância.

A metodologia utilizada nesta pesquisa baseou-se na observação direta, por meio de um checklist, para identificar in loco a situação atual da empresa Locus Cabine de Estudos Ltda. Também foram realizadas visitas técnicas e aplicados diferentes instrumentos, como roteiro de entrevista, checklist das instalações físicas, checklist dos documentos existentes, questionário de autoavaliação organizacional (análise interna), entrevista de avaliação organizacional (análise externa) e análise documental. Esses métodos permitiram compreender melhor o funcionamento da empresa e identificar pontos de melhoria em seus processos internos.

E, para finalizar, apresenta-se uma proposta de implantação de procedimentos organizacionais internos na empresa Locus Cabine de Estudos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. PROCESSOS ORGANIZACIONAIS EM DISCUSSÃO

Processos organizacionais são cadeias de tarefas ordenadas de forma cronológica com o objetivo de fazer uma entrega recorrente dentro do fluxo de produção de uma empresa.

Ao definir claramente os processos empresariais e suas etapas, será possível encontrar oportunidades de melhoria, ou seja, “entende-se que são os tipos de processos e como funcionam. Mas qual a melhor maneira de integrá-los para poder gerenciar seu negócio de forma ágil e produtiva

Oportunidades de melhoria são atrasos, desperdícios ou gargalos, entre outras falhas, que se encontram nos processos. Assim, depois de identificadas essas oportunidades, analisam-se profundamente os processos em busca de uma nova maneira de executá-los.

2.2. DESENHO DOS PROCESSOS EMPRESARIAIS

Com uma visão clara do processo empresarial, fica mais fácil analisar em que etapa é preciso efetuar as melhorias, caso os indicadores de desempenho mostrem que esse processo não está atingindo os níveis de eficiência, de qualidade e de produtividade desejados.

Indicadores de desempenho de processos são índices numéricos usados para verificar se determinado processo está atingindo os objetivos desejados e verificar também sua eficiência e a qualidade das entregas.

Assim, um dos indicadores de desempenho de processos de um departamento de vendas pode ser:

- A porcentagem de aumento de vendas de um mês para outro;
- Quantidade de novos clientes conquistados;
- Número de visitas feitas a clientes, dentre tantos outros.

Assim, ao medir os indicadores de desempenho de processos, obtemos índices normalmente representados por um número seguido de uma unidade, de um símbolo matemático ou de um evento específico.

Então, o processo empresarial é significa numa organização um tipo de *Key Performance Indicators*, ou Indicadores-Chave de Desempenho. Trata-se de um tipo especial de indicador de desempenho relacionado aos processos de seu negócio que têm uma ligação direta com o atingimento das metas estratégicas e a entrega de valor ao cliente.

Ao contrário do que muitos pensam, esse processo empresarial e indicadores de desempenho não são a mesma coisa. Os processos empresariais são os indicadores de desempenho mais importantes do negócio e que são acompanhados não só pelos responsáveis diretos pelo processo, mas também pelos níveis hierárquicos mais elevados.

Portanto, pode ser que, em determinada empresa, o número de visitas realizadas pela equipe de vendas, por exemplo, seja um indicador de desempenho operacional importante. No entanto, o número de clientes conquistados é um indicador-chave de desempenho, pois está diretamente ligado ao atingimento de objetivos estratégicos da empresa.

Os 3 tipos de processos organizacionais são:

- Primários (ou essenciais).
- De apoio (ou de suporte).
- Gerenciais.

Os processos primários são os processos relacionados com sua entrega final, aquilo que sua empresa faz para o cliente. Algumas características dos processos primários:

contato direto com o cliente final. São eles que geram a percepção de valor para o cliente do seu negócio. E podem começar e terminar fora da sua empresa.

Já os processos de apoio são aqueles que não entregam valor diretamente ao seu cliente. Em uma empresa, poderíamos citar o processo de contratação de RH, ou a contabilidade. São processos que projetam o quanto se gasta numa organização, pesquisa de preços etc. É como se fosse a gestão financeira da empresa. Esses processos descritos acima dão um apoio para que o processo tenha eficiência.

Os processos de gerenciamento são as responsáveis por coordenar e controlar os processos primários e de apoio. Esses processos de gerenciamento, em uma empresa, buscam aumentar a eficácia e a eficiência, com o objetivo de proporcionar a melhoria contínua dos processos e atender aos clientes cada vez melhor. Isso inclui medir, monitorar e ajustar procedimentos.

Existem várias maneiras de integrar seus processos, como softwares ERP, por exemplo, que integram diversas áreas da empresa. Além dele tem-se algumas ferramentas específicas, como CRM, gateways de pagamento, automação de marketing, softwares de gestão financeira, planilhas eletrônicas e outros, pode integrá-los também.

3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Como sabemos a educação é a chave para um futuro próspero, no Brasil é um direito assegurado por lei, todavia na nossa realidade é um privilégio. Visando proporcionar espaços silenciosos e atendimento humanizado, a locus foi criada.

A empresa Locus Cabine de Estudos LTDA, atua no mercado de Manaus desde 2019, tem focado seu trabalho no ramo de cabines de estudos e oferece espaços privativos e silenciosos para pessoas que precisam de um ambiente concentrado e confortável para estudar, trabalhar ou realizar outras atividades que demandem foco. Essas cabines são projetadas para minimizar distrações, proporcionando um local tranquilo e equipado com itens essenciais, como mesa, cadeira, iluminação adequada, tomadas e acesso à internet de alta velocidade.

A Locus Cabine tem se destacado no mercado como uma empresa inovadora e comprometida com a excelência, oferecendo um serviço que combina qualidade técnica e um atendimento humanizado. Sua proposta de valor gira em torno da criação de espaços privativos e silenciosos, projetados para atender às necessidades de estudantes e profissionais que buscam um ambiente propício para o estudo e o trabalho.

Com uma expansão estratégica e bem-sucedida, a empresa tem conquistado novos mercados, já atuando em três bairros de Manaus sendo eles: Adrianópolis, Vieiralves e Cidade Nova, onde identifica grandes oportunidades de crescimento. Além disso, suas parcerias ampliam seu alcance, permitindo que pessoas fora do estado também se beneficiem de seus serviços.

O público-alvo da Locus Cabine é diversificado, abrangendo desde estudantes para pré-vestibulares e concursos até profissionais que necessitam de um espaço tranquilo para se concentrar. Essa abrangência demonstra a versatilidade da empresa e sua capacidade de atender a diferentes demandas do mercado. Em resumo, a Locus Cabine tem se tornado uma referência no segmento de cabines de estudos, graças à sua expansão estratégica, ao atendimento humanizado e à qualidade de seus serviços.

A entrada no mercado Manauara representa uma oportunidade significativa de crescimento, aliada ao potencial de parcerias que ampliam o alcance da empresa. O público-alvo diversificado e uma proposta de valor alinhada às necessidades do mercado, a Locus Cabine está bem posicionada para continuar sua trajetória de sucesso, contribuindo para a formação e o desenvolvimento de milhares de estudantes e profissionais em todo o país

4. METODOLOGIA

4.1. DO PONTO DE VISTA DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A pesquisa proposta desse projeto será delineada pelo método de estudo de caso.

O estudo de caso, segundo Yin (2001, p.32) o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real. Que será realizado na empresa Locus cabine de estudos.

Outros dois procedimentos técnicos que serão adotados: Pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2008, p.50) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Também será adotado a pesquisa documental que Gil (2008, p51) a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que podem ser elaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

4.2. QUANTO AO MÉTODO DE OBSERVAÇÃO

4.2.1. OBSERVAÇÃO DIRETA

Segundo Lakatos e Marconi (2017, p.192), observação direta é a observação direta que consiste em utilizar os sentimentos na obtenção de determinados aspectos da realidade, sem a intervenção do pesquisador.

4.3. QUANTO AOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS

4.3.1. ANÁLISE DOCUMENTAL

Segundo Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009, p4) análise documental: a análise documental é uma técnica importante que gera uma abordagem qualitativa, que busca identificar informações factuais nos documentos a partir de questões ou hipótese de interesse.

4.3.2. ENTREVISTA

Segundo Gil (2008, p. 109) entrevista é: a entrevista é uma técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obter dados que interessam a investigação.

4.3.3. QUESTIONÁRIO

Segundo Gil (2008, p 121) questionário é: o questionário é uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito as pessoas, tendo objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesse, expectativas ou situações vivenciadas.

5. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A partir do diagnóstico organizacional, evidenciou a área de procedimentos como a área mais crítica da organização, em específico o item ausência de padronização, em virtude de ela não apresentar clareza por parte dos sócios, comprometendo a agilidade e a eficiência dos processos, entre outros aspectos considerados negativos para uma operacionalização dos processos organizacionais.

Aplicando esse conceito ao diagnóstico da Locus Cabine de estudos, observa-se que a empresa apresenta fragilidade no item Métodos — procedimentos, especialmente na ausência de fluxogramas e metodologias de desenvolvimento de produtos.

Portanto, os métodos e procedimentos organizacionais configuram-se alicerce da gestão moderna, pois permitem que a empresa mantenha qualidade, reduza custos e aumente a satisfação dos clientes. No caso da Locus, a adoção dessas práticas pode representar um diferencial competitivo, transformando vulnerabilidade em oportunidade de crescimento, daí surge o problema: Como implantar os procedimentos organizacionais internos na empresa Locus Cabine de Estudos?

Para a resolução do problema definir-se como objetivo geral, implantar os procedimentos organizacionais internos na empresa Locus, e como objetivos específicos, identificar as principais falhas e pontos críticos no processo interno, analisar as práticas que assegurem maior clareza, agilidade e eficiência operacional, e propor a implantação de procedimentos organizacionais internos na empresa Locus Cabine de Estudo.

Diante do exposto, sugere-se a implantação de procedimentos organizacionais bem definidos sob ótica lógica e resultados.

Para realizar a modificação dos procedimentos da empresa e setor pelo qual será efetuada a atividade da proposta de solução será o setor administrativo, pois o mesmo e o que se apresenta em situação crítica em relação aos procedimentos internos da empresa por ausência de padronização, comprometendo a agilidade e a eficiência dos processos. A implantação de procedimentos organizacionais bem definidos pode potencializar os resultados.

Para a execução das atividades de proposta de solução, a atividade 1 a ser executado será identificar as principais falhas e fatos envolvidos nos levantamentos internos. A Atividade de analisar as Práticas que é o item 2 da tabela de atividades será executada pelos próprios organizados essas atividades têm como público-alvo os Próprios Sócios da empresa e serão efetuados durante 1 dia e sem custos por eles. A atividade 3 que é propor a implantação de procedimentos organizacionais íntimos na empresa, o público-alvo dessas atividades são os colaboradores os quais serão beneficiados pela mudança do ambiente a qual não irá gerar Custos.

O objetivo dessa proposta de Solução é implantar a gestão organizacional por meio de Procedimentos organizacionais íntimos estruturados de modo a fortalecer a Comunicação e gestão Pessoas.

Assim a implantação de Procedimentos proporcionara a organização maior eficiência dos Processos, dessa forma a empresa estará mais Preparado Para manter sua competitividade, ampliar sua participação de mercado e sustentar sua expansão futura.

TABELA 1 - Distribuição de Atividades

Item	Atividade	Público	Duração	Custo
1	Identificação das principais falhas de pontos críticos nos procedimentos internos	colaborador	1 dia	0
2	Análise das práticas que contribuem para maior fluidez, agilidade e eficiência operacional	Colaborador	1 dia	0
3	Proposição e implantação de novos procedimentos organizacionais internos padronizados	Colaborador + Gestores	1 dia	0

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise realizada na empresa Locus Cabine de Estudos Ltda, constatou-se que a ausência de padronização nos procedimentos internos comprometia diretamente a eficiência operacional, a clareza nas rotinas de trabalho e a comunicação entre os colaboradores. A pesquisa evidenciou que a implantação de procedimentos organizacionais estruturados é essencial para garantir a melhoria contínua dos processos, a qualidade dos serviços e o fortalecimento da competitividade empresarial.

Ao longo do estudo, verificou-se que a empresa apresenta grande potencial de crescimento, porém enfrenta desafios relacionados à falta de metodologias formais e fluxogramas que orientem suas atividades. A proposta de solução apresentada buscou justamente suprir essas lacunas, promovendo maior organização, integração e alinhamento entre os setores. A formalização dos processos contribui para reduzir erros, otimizar recursos e aprimorar a gestão de pessoas, fatores indispensáveis para o desenvolvimento sustentável da empresa.

Portanto, conclui-se que a padronização dos procedimentos internos representa um passo estratégico para a consolidação da Locus Cabine de Estudos Ltda no mercado manauara. A adoção das práticas propostas possibilitará uma gestão mais eficiente, transparente e orientada para resultados, fortalecendo a cultura organizacional e assegurando a continuidade do crescimento da empresa a longo prazo.

REFERÊNCIAS

[1] CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[2] DRUCKER, Peter Ferdinand. **Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo:** Pioneira Thomson Learning, 1999.

[3] GARVIN, David A**. Learning in action:** a guide to putting the learning organization to work. Boston: Harvard Business School Press, 2002.

[4] GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

[5] HAMMER, Michael. **A revolução da reengenharia:** um manifesto para a revolução nos negócios. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

[6] HARRINGTON, H. James. **Melhoria de processos**: uma abordagem prática para aperfeiçoar o desempenho organizacional. São Paulo: Makron Books, 1993.

[7] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

[8] MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração:** da revolução urbana à revolução digital. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

[9] OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico:** conceitos, metodologia e práticas. 30. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

[10] SÁ-SILVA, Jackson Reinaldo de; ALMEIDA, Cláudia Dias de; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental:** pistas teóricas e metodológicas. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, v. 1, n. 1, p. 1–15, 2009.

[11] YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Capítulo 5

A implementação da padronização de procedimentos na estética automotiva

Lucas Pereira Paes[1]
Rebeca Castro da Silva[2]
Wenderson Pinto Farias[3]

Resumo: Este trabalho aborda a padronização de procedimentos na estética automotiva, tomando como objeto de estudo a empresa Dry Tech, localizada em Manaus. A pesquisa analisa os impactos da ausência de padronização na eficiência operacional, na qualidade dos serviços e na competitividade. O problema que norteia a investigação é: como a padronização de procedimentos pode contribuir para a melhoria da eficiência e da qualidade nos serviços prestados pela Dry Tech? O objetivo geral consistiu em analisar a implementação de padrões na empresa, observando seus efeitos no desempenho organizacional. Como objetivos específicos, buscou-se: identificar os processos críticos que necessitam de padronização; desenvolver instrumentos formais de controle, como checklists e manuais; aplicar os padrões nas atividades essenciais; e avaliar os resultados obtidos. A fundamentação teórica baseia-se em autores como Chiavenato (2014), Slack et al. (2009), Deming (1990) e Juran (1992). Adotou-se como método o estudo de caso, com pesquisa bibliográfica, documental e observação direta. A hipótese é que a padronização otimiza recursos, reduz falhas e aumenta a produtividade, fortalecendo a confiança do cliente. Portanto, a padronização é um instrumento estratégico de gestão, capaz de alinhar teoria e prática, promover a eficiência e contribuir para a sustentabilidade competitiva da Dry Tech no mercado local.

Palavras-chave: Gestão de Processos; Padronização de Qualidade; Eficiência Operacional; Estética Automotiva.

[1] Aluno do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[2] Aluno do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.
[3] Professor do curso de Administração do Centro Universitário FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

O setor de estética automotiva tem se consolidado como uma importante vertente do mercado de serviços no Brasil, impulsionado pela crescente valorização da conservação e do embelezamento dos veículos. Tal expansão está associada não apenas a fatores estéticos, mas também à busca por maior durabilidade, desempenho e valorização patrimonial dos automóveis.

Nesse contexto, a eficiência operacional e a padronização de qualidade dos serviços prestados se tornam elementos essenciais para a competitividade organizacional.

Assim, a ausência de processos definidos pode gerar falhas, retrabalho e desperdício de recursos, comprometendo o desempenho e a credibilidade das empresas do setor.

O diagnóstico organizacional realizado na empresa Dry Tech, localizada na zona Centro-Sul de Manaus, evidenciou como principal fragilidade a inexistência de procedimentos formalizados para a execução das atividades operacionais. A ausência de padronização impacta diretamente a uniformidade da entrega, o controle de qualidade e a gestão do tempo, ocasionando variações na execução dos serviços e prejuízos à produtividade. Diante disso, formula-se o seguinte problema de pesquisa: como a padronização de procedimentos pode contribuir para a eficiência operacional e a qualidade dos serviços na empresa Dry Tech?

A escolha desta temática se justifica pela relevância da padronização como instrumento estratégico de gestão e aprimoramento contínuo. Para a organização objeto de estudo, a aplicação de métodos padronizados representa uma oportunidade de reduzir custos, otimizar processos e fortalecer a imagem institucional junto aos clientes.

Na perspectiva da Administração, o estudo contribui ao demonstrar a importância dos sistemas e métodos na racionalização do trabalho e na consolidação da qualidade organizacional, conforme destacam Slack, Chambers e Johnston (2009) ao afirmarem que “a padronização dos processos é essencial para alinhar os serviços às expectativas dos clientes, além de possibilitar maior controle e mensuração de desempenho”.

Para os acadêmicos, o trabalho proporciona a aplicação prática dos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso, promovendo o desenvolvimento das competências analíticas e gerenciais. Por fim, para a sociedade e os consumidores, a pesquisa apresenta contribuições relevantes ao fomentar práticas de excelência, segurança e confiabilidade nos serviços automotivos.

O objetivo geral deste trabalho é analisar a implementação da padronização de procedimentos na empresa Dry Tech, verificando seus impactos sobre a eficiência operacional e a qualidade dos serviços. Especificamente, busca-se: identificar os processos críticos que necessitam de padronização; desenvolver instrumentos formais de controle, como checklists, fluxogramas e manuais operacionais; aplicar os padrões nas atividades essenciais da estética automotiva; e avaliar os resultados obtidos após a implantação das medidas propostas.

O presente trabalho está estruturado em quatro capítulos. O primeiro aborda a fundamentação teórica, apresentando conceitos e autores relacionados à padronização, qualidade e melhoria contínua. O segundo descreve os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. O terceiro expõe o diagnóstico organizacional e a proposta de

solução aplicada à empresa Dry Tech. Por fim, o quarto capítulo reúne as considerações finais, evidenciando os resultados alcançados e as contribuições do estudo para a área de Administração e para o setor de estética automotiva.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. PADRONIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS

A padronização refere-se à formalização de práticas e rotinas que tornam repetíveis e previsíveis as atividades organizacionais. De acordo com Chiavenato (2014, p. 87) os processos, quando padronizados, transformam-se em instrumentos de controle e coordenação, reduzindo falhas, aumentando a previsibilidade e elevando o desempenho global da empresa.

Métodos são os conjuntos de técnicas e procedimentos que orientam a execução das tarefas; procedimentos são sequências operacionais documentadas que definem quem faz o quê, quando e como.

Segundo Taylor (1911, p. 56), a cientificização do trabalho buscou exatamente a melhor maneira de executar cada tarefa, por meio da observação e mensuração sistemática, transformando procedimentos empíricos em métodos.

Dessa forma, a padronização não é apenas um recurso administrativo, mas uma estratégia que garante que cada etapa do atendimento alcance níveis consistentes de qualidade. Ela também permite treinar novos colaboradores com maior rapidez, reduzir erros e otimizar o tempo gasto por veículo, fatores essenciais para a competitividade de empresas.

2.2. ORIGENS E EVOLUÇÃO DO CAMPO ORGANIZAÇÕES & MÉTODOS (O&M)

O campo de Organizações e Métodos (O&M) surgiu justamente para organizar e racionalizar as atividades internas das empresas. Segundo Oliveira (2011, p. 42), o objetivo central do O&M é simplificar tarefas, eliminar redundâncias e reduzir desperdícios, criando condições para maior produtividade e eficiência operacional.

Nesse mesmo sentido, Marras (2011, p. 109) destaca que a definição clara de normas e procedimentos proporciona maior motivação às equipes, já que elimina ambiguidades e incertezas no cotidiano organizacional.

Na perspectiva da gestão de operações, Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 97) afirmam que “processos bem estruturados e padronizados reduzem falhas e aumentam a confiabilidade, o que contribui diretamente para a satisfação do cliente e para a competitividade da empresa”.

Souza (s.d.) acrescenta que o campo de Organizações, Sistemas e Métodos traduz o planejamento organizacional em procedimentos claros, funcionando como um mecanismo de coordenação que conecta estratégias e rotinas operacionais. A padronização, portanto, não apenas organiza o trabalho, mas também garante que metas e processos estejam alinhados, tornando o desempenho mais previsível aspecto essencial para serviços.

2.3. QUALIDADE, MELHORIA CONTÍNUA E PADRONIZAÇÃO

Crosby (1994, p. 39) defende que "qualidade é conformidade com requisitos", enquanto Juran (1992, p. 23) ressalta que o planejamento estratégico da qualidade só é possível quando os processos são formalmente documentados e seguidos.

No contexto da melhoria contínua, Imai (1994, p. 27) introduz o conceito de Kaizen, que preconiza pequenas melhorias diárias sustentadas por padrões claros, permitindo avanços significativos no desempenho organizacional. Complementando essa perspectiva, Shingo (1996, p. 74) destaca que a padronização é a base de sistemas produtivos consistentes e confiáveis, sendo essencial para prevenir erros e consolidar práticas de excelência.

Paladini (2008, p. 65) reforça que "a repetição consistente de práticas e métodos assegura previsibilidade e qualidade, sendo a padronização um elemento central para a consistência dos resultados".

A literatura sobre qualidade também enfatiza que não existe melhoria contínua sem padrões definidos. Deming (1990, p. 55) já alertava que a disciplina da padronização é indispensável, pois, sem critérios claros, torna-se impossível medir e aperfeiçoar os processos, o que gera variações indesejadas e inconsistências na entrega de valor ao cliente.

Assim, a combinação entre padronização e qualidade cria bases para a inovação sustentável. Empresas que monitoram indicadores, revisam rotinas e treinam equipes para seguir boas práticas preservam reputação sólida e conseguem expandir seus serviços sem comprometer o desempenho.

2.4. REENGENHARIA DE PROCESSOS

Hammer e Champy (1993, p. 31) afirmam que o redesenho dos processos organizacionais deve ter como base a definição clara de métodos e padrões, pois a ausência de procedimentos bem estruturados gera ineficiência e retrabalho.

Harrington (1993, p. 54) complementa que a padronização é fundamental para reduzir variabilidades e garantir que o desempenho desejado seja repetido de forma consistente ao longo do tempo. Por outro lado, abordagens como Lean e Six Sigma combinam padronização com redução de desperdícios e controle estatístico de variabilidade (Womack; Jones, 2003, p. 44; Pande; Neuman; Cavanagh, 2000, p. 112).

Garvin (1992, p. 52) amplia essa visão ao estabelecer oito dimensões da qualidade, entre elas a confiabilidade e a conformidade, ambas dependentes de padrões bem definidos.

Campos (2004, p. 61) argumenta que a padronização é a única forma de manter resultados estáveis e sustentáveis ao longo do tempo, funcionando como uma base para programas de qualidade e produtividade. Já Montgomery (2009, p. 98) reforça que o uso de métodos padronizados possibilita maior controle estatístico dos processos, permitindo identificar desvios e implementar melhorias de forma sistemática.

Um exemplo é reorganizar o espaço físico de uma oficina para reduzir deslocamentos desnecessários entre etapas do serviço. Essa reestruturação pode ser complementada por melhorias incrementais, como modificar a ordem de aplicação de produtos, o tempo de cura de protetores de pintura ou a frequência de inspeções. Ambas

as estratégias dependem de procedimentos padronizados para que as mudanças não prejudiquem a consistência dos resultados.

Dessa forma, seja por transformações amplas ou por avanços graduais, a padronização garante que os ganhos obtidos sejam mantidos ao longo do tempo. Sem normas registradas, corre-se o risco de retornar a práticas informais, comprometendo a excelência e a imagem profissional.

2.5. FERRAMENTAS PARA FORMALIZAR PROCEDIMENTOS

A formalização de procedimentos é essencial para garantir que as rotinas de trabalho se mantenham consistentes, independentemente do operador. Gawande (2009) aponta que o uso de checklists contribui para reduzir omissões e manter padrões mesmo em ambientes dinâmicos.

Deming (1986, p. 23-24) destaca o ciclo PDCA como instrumento para planejar, executar, verificar e agir sobre processos, favorecendo ajustes contínuos. Esse modelo, aplicado a tarefas como lavagem detalhada ou polimento técnico, ajuda gestores a identificar falhas e adotar correções sem comprometer a qualidade final. Montgomery (2009, p. 40-45) acrescenta que o controle estatístico de processos permite acompanhar indicadores — como tempo de execução ou consumo de insumos — e antecipar desvios.

Souza (s.d.) observa que fluxogramas, organogramas, descrições de tarefas e manuais operacionais são ferramentas centrais no OSM para consolidar padrões e orientar a execução das atividades. Esses instrumentos auxiliam na clareza de responsabilidades, na comunicação das rotinas e na preservação da qualidade, tornando o serviço mais confiável em empresas.

2.6. PROCEDIMENTOS, COMPLIANCE E NORMAS (ISO)

A adoção de sistemas de gestão da qualidade fortalece a padronização ao estabelecer critérios claros para a execução e o monitoramento das atividades. A ISSO (2015) recomenda a documentação de processos, o controle de versões e auditorias internas como práticas fundamentais para manter a conformidade.

Paladini (2008, p. 68) destaca que normas de qualidade não apenas asseguram a repetição correta das tarefas, mas também criam um ambiente de disciplina operacional.

2.7. IMPACTOS ORGANIZACIONAIS DA PADRONIZAÇÃO

Processos padronizados geram benefícios tangíveis para o desempenho organizacional. Slack, Chambers e Johnston (2009) afirmam que a previsibilidade criada por normas claras facilita o planejamento da capacidade produtiva e melhora a confiabilidade das entregas.

Souza (s.d.) acrescenta que a padronização, ao esclarecer papéis e reduzir ambiguidades, contribui para um ambiente mais eficiente e alinhado aos objetivos estratégicos. Ao tornar responsabilidades visíveis e processos previsíveis, o OSM fortalece a comunicação interna e o engajamento das equipes, fatores indispensáveis para que serviços automotivos mantenham consistência mesmo em períodos de alta demanda.

2.8. APLICAÇÃO PRÁTICA — IMPLICAÇÕES PARA A DRY TECH

Na Dry Tech, a padronização de métodos e procedimentos é um diferencial estratégico. Checklists orientam cada etapa da avaliação inicial do veículo ao acabamento, enquanto procedimentos operacionais descrevem a sequência ideal

para lavagem, polimento e vitrificação. Essa organização garante que, mesmo em períodos de grande fluxo, o padrão de qualidade seja preservado.

A empresa também investe na capacitação contínua, alinhando treinamentos à revisão periódica de suas rotinas. Juran (1992) ressalta que a qualidade deve ser planejada e sustentada por processos bem definidos; por isso, a atualização de protocolos acompanha novas tecnologias de produtos e ferramentas. Isso inclui instruções específicas para o uso de shampoos biodegradáveis e a regulagem de polidoras orbitais.

Esse conjunto de práticas demonstra que a padronização não é apenas um requisito formal, mas um instrumento para reforçar a confiança do cliente, reduzir retrabalho e consolidar a marca no mercado de estética automotiva.

2.9. PADRONIZAÇÃO APLICADA AOS SERVIÇOS DE ESTÉTICA AUTOMOTIVA

A padronização é particularmente relevante nos serviços de estética automotiva, pois garante uniformidade em atividades que exigem precisão e atenção aos detalhes. Rodrigues (2022) explica que a criação de protocolos específicos para etapas como pré-lavagem, descontaminação, polimento e vitrificação otimiza o tempo e reduz falhas no resultado. Em empresas especializadas, cada fase deve ter instruções claras, assegurando que veículos diferentes recebam o mesmo nível de cuidado.

A formalização de procedimentos também permite que novas tecnologias sejam incorporadas sem comprometer a qualidade. Por exemplo, a introdução de produtos biodegradáveis ou de maquinário moderno precisa vir acompanhada de diretrizes que orientem diluição, aplicação e manutenção. Assim, a inovação integra- se aos padrões existentes, preservando o desempenho alcançado.

Por fim, a padronização fortalece a imagem profissional da organização. Clientes percebem o cuidado quando as etapas são executadas de forma consistente, o que reforça a confiança na marca. Isso demonstra que normas bem estruturadas não apenas regulam o trabalho, mas também comunicam excelência e comprometimento.

2.10. PADRONIZAÇÃO E EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

A experiência do cliente está diretamente ligada à previsibilidade do serviço. Garvin (1992) aponta que a confiabilidade é uma das dimensões centrais da qualidade. No contexto automotivo, assegurar que cada lavagem, aplicação de cera ou vitrificação siga um roteiro bem definido contribui para que o consumidor receba sempre o resultado prometido, independentemente do operador.

Paladini (2008) observa que processos estáveis aumentam a percepção de valor e fortalecem a fidelização. Na estética automotiva, isso significa que prazos, aparência final e atendimento mantêm o padrão, gerando confiança. Um exemplo é o uso de fichas de controle para registrar as etapas executadas, permitindo que o cliente saiba exatamente como seu veículo foi tratado.

A padronização, portanto, não limita a personalização do atendimento; pelo contrário, cria uma base sólida para que a empresa adapte o serviço às necessidades do cliente, sem renunciar à excelência nos resultados.

2.11. INDICADORES DE DESEMPENHO NA PADRONIZAÇÃO

Para avaliar a eficácia dos padrões, é essencial utilizar indicadores de desempenho. Montgomery (2009) explica que a coleta e análise sistemática de dados permitem detectar variações e implementar melhorias contínuas. No setor de estética automotiva, métricas como tempo médio de execução, consumo de produtos e índice de retrabalho ajudam a verificar se os procedimentos estabelecidos estão sendo seguidos.

Slack, Chambers e Johnston (2009) indicam que os indicadores apoiam decisões estratégicas, como ampliar a equipe ou reorganizar etapas de serviço. Na Dry Tech, por exemplo, acompanhar o tempo de lavagem ou a quantidade de cera utilizada por veículo possibilita identificar gargalos e ajustar treinamentos, garantindo que todos os colaboradores atinjam o padrão esperado.

A mensuração consistente dos resultados fortalece o aprendizado organizacional. Padrões cumprem seu papel quando são monitorados e revisados com base em evidências objetivas, promovendo evolução contínua.

2.12. CAPACITAÇÃO E CULTURA DE QUALIDADE

A consolidação de procedimentos padronizados depende de uma cultura organizacional que valorize a qualidade. Shingo (1996) destaca que práticas sólidas devem ser acompanhadas de treinamento contínuo, para que todos compreendam e apliquem as mesmas diretrizes. Em um centro de estética automotiva, cursos sobre técnicas de polimento, uso de produtos químicos e segurança operacional aumentam o comprometimento das equipes.

Paladini (2008) ressalta que a construção de uma cultura de excelência exige comunicação clara e liderança ativa. A Dry Tech, ao investir em workshops e avaliações de desempenho, demonstra que a padronização não é apenas um manual, mas um valor incorporado à rotina. Isso reforça o senso de pertencimento e estimula a busca por melhorias.

A união entre capacitação e padronização sustenta padrões elevados e favorece a reputação da empresa no mercado. O aprendizado contínuo torna-se um elemento essencial para manter a consistência e a competitividade no longo prazo.

3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa MSB- SERVIÇO DE EMBELEZAMENTO AUTOMOTIVOS LTDA-EPP, conhecida por Dry Tech, está localizada na Av. Dr. Theomário Pinto da Costa, 690 – Chapada, atua no mercado de Manaus há mais de 28 anos, é especializada na manutenção e melhoria estética de veículos, disponibilizando uma variedade de serviços que abrange desde a higienização de veículos até a restauração e customização de veículos. Com o aumento da procura por cuidados estéticos em automóveis, o setor de embelezamento automotivo tem se destacado, principalmente entre donos de automóveis de luxo, concessionárias e empresas de locação.

Durante este longo período, a empresa foi marcada por uma série de desafios, transformações e superações, a MSB enfrentou momentos críticos que testaram sua resiliência, desde a troca de gestões e proprietários até a quase falência da empresa. Porém, ao longo do tempo, a MSB conseguiu não apenas se manter ativa no mercado, mas também se reinventar, adaptando-se às mudanças do setor e às exigências de um público cada vez mais exigente.

Depois de um período de reestruturação intensa, a MSB começou a implementar novas táticas de administração e concentrou-se em avanços tecnológicos no ramo automobilístico. A companhia começou a atualizar sua infraestrutura e a aplicar métodos mais sofisticados de encanto, tais como o polimento de alta precisão e tratamentos específicos para a proteção da pintura, também investiu na área digital de marketing e propaganda da empresa, aplicando recursos nas redes sociais para chamar atenção do público.

A principal transformação na MSB envolveu a implementação de um modelo de administração com colaboradores terceirizados, com o objetivo de reduzir despesas, ampliar a adaptabilidade operacional e concentrar-se em táticas para ampliar a carteira de clientes. Apesar dessa mudança ter sido desafiadora, ela trouxe mais eficiência, diminuição de despesas fixas e preservação da qualidade dos serviços. Isso possibilitou à companhia se ajustar prontamente às alterações do mercado e assegurar a continuidade das operações, mesmo em momentos de instabilidade econômica.

A MSB se mantém sólida no mercado, com uma gestão consolidada e uma base de clientes fiéis. Apesar dos desafios enfrentados, a empresa superou as dificuldades com resiliência e mantém seu compromisso com a qualidade.

4. METODOLOGIA

4.1. DO PONTO DE VISTA DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Um estudo de caso é uma metodologia de pesquisa que investiga um fenômeno, indivíduo, grupo ou organização de forma aprofundada e contextualizada, usando diversas fontes de dados (qualitativos e/ou quantitativos) para obter uma compreensão detalhada de suas complexidades. O objetivo é explorar situações do mundo real, testar teorias, gerar hipóteses, resolver problemas e fornecer subsídios para a tomada de decisões em áreas como administração, psicologia, medicina e negócios (SEIXAS, 2020, p. 12).

O estudo de caso consiste em uma investigação aprofundada e detalhada de um ou mais objetos, com o objetivo de proporcionar um conhecimento amplo e minucioso sobre o fenômeno analisado. Nesta pesquisa, o estudo será desenvolvido na empresa MSB - Dry Tech, possibilitando compreender de forma abrangente suas particularidades e contextos organizacionais.

Outros dois procedimentos técnicos que serão adotados: Pesquisa Bibliográfica e a Pesquisa Documental.

A Pesquisa Bibliográfica, segundo Seixas (2020, p. 19) fornece o embasamento teórico para um novo estudo, pesquisa ou trabalho acadêmico, além de entender o conhecimento pré-existente sobre um tema.

A pesquisa bibliográfica consiste na análise e interpretação de materiais já publicados, como livros, artigos e documentos, com o propósito de reunir o conhecimento

existente sobre determinado tema. Essa metodologia permite identificar teorias, conceitos e discussões relevantes, servindo de base para a construção do referencial teórico de um estudo.

Também será adotada a pesquisa documental, a qual, segundo Seixas (2020, p. 78), utiliza fontes primárias, ou seja, materiais que contêm informações em seu estado original, antes de terem sido analisadas ou processadas por outros pesquisadores.

A pesquisa documental é um método de investigação que utiliza documentos originais como principal fonte de informação, buscando analisar e interpretar dados ainda não explorados por outros estudos. Esse tipo de pesquisa permite compreender fenômenos e práticas a partir de registros autênticos, como relatórios, atas, leis, arquivos institucionais e correspondências.

4.2. QUANTO AO MÉTODO DE OBSERVAÇÃO

4.2.1. OBSERVAÇÃO DIRETA

O pesquisador está presente no local e momento em que o fenômeno ocorre para observar e registrar. Os dados são registrados de forma organizada, seja utilizando uma grelha predefinida ou de maneira mais livre, dependendo do objetivo da pesquisa (SEIXAS, 2020, p. 90).

Ao realizar a visita de campo à empresa MSB – Dry Tech, cria-se a oportunidade de observar diretamente o ambiente organizacional e os processos que compõem sua rotina de trabalho. Essa observação possibilita identificar fenômenos relevantes que não se limitam a aspectos históricos, mas que se manifestam nas práticas cotidianas da empresa.

Durante o estudo de caso, serão analisadas atividades operacionais, procedimentos produtivos e dinâmicas internas, os quais servirão como importantes fontes de evidências para a compreensão detalhada do funcionamento da organização e para o embasamento das análises propostas na pesquisa.

4.3. QUANTO AOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS

4.3.1. ANÁLISE DOCUMENTAL

Segundo Seixas (2020, p. 98) foca na interpretação do significado de documentos, explorando narrativas, políticas e contextos para entender um fenômeno em profundidade. E utiliza os documentos para contar e quantificar eventos, como o número de casamentos ou divórcios em um período específico, através de dados de certidões, por exemplo.

A análise documental é uma metodologia de pesquisa versátil que se debruça sobre documentos para extrair informações e construir conhecimento. Ela pode ser aplicada tanto de forma qualitativa, focando na interpretação profunda de narrativas, contextos e significados implícitos nos textos, quanto de maneira quantitativa, utilizando os registros para levantar e contabilizar dados sobre eventos específicos, como a frequência de casamentos ou nascimentos em um determinado período.

A importância da análise documental reside em sua capacidade de fornecer um acesso direto e autêntico ao passado e ao presente. Documentos são testemunhas silenciosas de eventos, decisões e mentalidades de uma época, permitindo que

pesquisadores investiguem fenômenos sem a interferência da memória ou da interpretação de terceiros.

4.3.2. ENTREVISTA

Entrevista é uma conversa entre duas ou mais pessoas (o/s), entrevistador(es) e o(s) entrevistado(s). Onde perguntas são feitas pelo entrevistador de modo a obter informação necessária por parte do entrevistado (SEIXAS, 2020, p. 110).

A entrevista é um procedimento metodológico fundamental para a coleta de dados primários, caracterizado por uma interação verbal sistemática entre o pesquisador (entrevistador) e o participante da pesquisa (entrevistado). Essa interação não é um diálogo espontâneo, mas sim uma técnica deliberada na qual o entrevistador formula questionamentos com o objetivo específico de extrair informações, relatos, percepções e experiências relevantes para um determinado objeto de estudo.

Dessa forma, a entrevista se estabelece como um instrumento de investigação que permite ao pesquisador acessar diretamente o conhecimento e a perspectiva do sujeito, transformando a comunicação oral em dados empíricos para análise.

4.3.3. QUESTIONÁRIO

De acordo com Seixas (2020, p. 120) um questionário é um conjunto de perguntas predefinidas e organizadas que tem o objetivo de coletar dados sobre um tema específico de um grupo de pessoas, servindo como ferramenta para pesquisas, pesquisas de mercado, avaliações de satisfação ou levantamento de dados em diversas áreas.

O questionário configura-se como um instrumento de coleta de dados quantitativos e/ou qualitativos, caracterizado por uma série de questões formuladas e dispostas em uma ordem predeterminada.

Sua função primordial é a obtenção de informações de um grupo representativo de indivíduos (amostra) de forma sistemática e padronizada, visando descrever, comparar ou explicar atitudes, opiniões, comportamentos ou características relacionadas a um objeto de estudo específico.

A estrutura rígida do questionário assegura que todos os respondentes sejam submetidos aos mesmos estímulos, o que facilita a agregação, a comparação e a análise estatística dos dados coletados, conferindo objetividade e escalabilidade à pesquisa.

5. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A partir do diagnóstico organizacional realizado na empresa Dry Tech, identificou-se que o ponto mais crítico se refere à ausência de padronização dos procedimentos internos. Tal fragilidade compromete diretamente a eficiência operacional, a qualidade dos serviços e a consistência dos resultados, uma vez que cada colaborador tende a executar as atividades de forma distinta.

Essa falta de uniformidade ocasiona retrabalho, desperdício de recursos, aumento dos custos e, consequentemente, perda de competitividade no mercado. Dessa forma, o problema central pode ser resumido na seguinte questão: como implementar a

padronização de procedimentos na Dry Tech para garantir excelência na qualidade dos serviços prestados?

O objetivo geral da proposta é melhorar o desempenho organizacional por meio da implementação de procedimentos padronizados, assegurando maior previsibilidade, qualidade e produtividade. Como objetivos específicos, destacam-se:

- Identificar os processos críticos que necessitam de padronização;
- Definir instrumentos formais de controle (checklists, fluxogramas, manuais de procedimentos);
- Implementar a padronização das atividades-chave da estética automotiva;
- Avaliar os resultados obtidos após a implantação das mudanças.

Diante disso, sugere-se estruturar um conjunto de procedimentos operacionais claros, contemplando desde a recepção do veículo até a finalização do serviço. Essa iniciativa permitirá reduzir variações na execução das tarefas, facilitará o treinamento de novos colaboradores e fortalecerá a confiança dos clientes na empresa.

A padronização, além de melhorar a organização interna, contribuirá para a redução de custos, a otimização do tempo e o aumento da lucratividade, criando condições favoráveis para que a Dry Tech se consolide no mercado local como referência em qualidade e confiabilidade.

5.1. PLANEJAMENTO DA POPOSTA DE SOLUÇÃO

Segundo Túlio (2010, p. 260) “a solução de problemas e sua resolução é iniciada pela identificação de suas causas. A prática da maioria das organizações com uma gama de problemas aguardando soluções ...”.

O planejamento da proposta de solução visa estruturar de forma organizada e participativa o processo de padronização das atividades da empresa, garantindo maior eficiência, qualidade e uniformidade na execução dos serviços. A proposta será desenvolvida em quatro dias, contemplando etapas que envolvem diagnóstico, criação de instrumentos, aplicação prática e consolidação das melhorias.

No Dia 1, será realizado o levantamento e sensibilização da equipe, momento essencial para engajar os colaboradores e apresentar os objetivos da padronização. Através de uma reunião coletiva, será exposta a importância de adotar procedimentos uniformes e como isso impacta positivamente na qualidade do trabalho e na satisfação dos clientes. Em seguida, será conduzido um levantamento dos processos críticos, com o registro das principais falhas operacionais observadas tanto nas áreas produtivas quanto administrativas. Essa etapa permitirá identificar os pontos que necessitam de melhoria e servirá de base para a criação dos instrumentos padronizados.

O Dia 2 será dedicado à elaboração dos instrumentos de padronização. Nesta fase, serão desenvolvidos checklists específicos para cada tipo de serviço (lavagem, polimento, vitrificação e higienização), assegurando que todas as etapas sejam cumpridas corretamente. Também serão estruturados fluxogramas de processos, representando visualmente a sequência lógica das atividades, facilitando o entendimento por parte da equipe. Além disso, será elaborado um manual de procedimentos operacionais, contendo instruções detalhadas e claras sobre cada etapa do serviço, desde o preparo até a finalização, garantindo uniformidade e qualidade nos atendimentos.

No Dia 3, ocorrerá a implementação piloto dos novos procedimentos. Essa fase servirá para testar os instrumentos criados em uma amostra de serviços reais, possibilitando a observação prática de sua eficácia. Durante o piloto, serão monitorados indicadores como tempo de execução, consumo de produtos e qualidade final do serviço prestado. A coleta de feedback dos colaboradores e clientes será fundamental para identificar eventuais ajustes necessários antes da aplicação definitiva.

Por fim, o Dia 4 será destinado aos ajustes e oficialização dos novos padrões. Com base nos resultados obtidos no piloto, serão realizadas as revisões necessárias nos checklists, fluxogramas e manuais. Em seguida, todos os colaboradores participarão de um treinamento voltado à assimilação dos novos procedimentos, garantindo que toda a equipe esteja apta a seguir o padrão definido. Ao final, será feita a oficialização do manual de procedimentos operacionais, consolidando a nova metodologia de trabalho e marcando o início da aplicação em todos os atendimentos da empresa.

Esse planejamento, ao integrar diagnóstico, desenvolvimento, teste e consolidação, busca não apenas corrigir falhas, mas também promover uma cultura de melhoria contínua, eficiência operacional e excelência na prestação de serviços.

TABELA 1 – Distribuição de Atividades

Item	Atividades	Público-alvo	Duração	Custo
1	Reunião com colaboradores para apresentar a proposta e esclarecer a importância da padronização.	Colaboradores da área produtiva e administrativa	1 dia	0
2	Levantamento dos processos críticos e registro das principais falhas operacionais.	Colaboradores da área produtiva e administrativa	1 dia	0
3	Criação de checklists de serviços (lavagem, polimento, vitrificação, higienização).	Colaboradores	1 dia	0
4	Estruturação de fluxogramas que representem a sequência lógica das atividades.	Colaboradores	1 dia	0
5	Elaboração de manual de procedimentos operacionais com instruções claras sobre cada etapa.	Colaboradores	1 dia	0
6	Aplicação dos novos procedimentos em uma amostra de serviços.	Colaboradores	1 dia	0
7	Monitoramento do tempo de execução, consumo de produtos e qualidade final.	Colaboradores	1 dia	0
8	Coleta de feedback dos colaboradores e clientes.	Colaboradores e clientes	1 dia	0
9	Revisão dos instrumentos conforme os resultados do piloto.	Colaboradores	1 dia	0
10	Treinamento de todos os colaboradores nos novos padrões.	Colaboradores	1 dia	0
11	Oficialização do manual de procedimentos e início da aplicação.	Colaboradores	1 dia	0
TOTAL			**4 dias**	**0**

Fonte: CASTRO e PEREIRA, 2025.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de estudo teve como objetivo analisar a implementação da padronização de procedimentos na empresa Dry Tech, atuante no segmento de estética automotiva em Manaus. A pesquisa partiu de um diagnóstico organizacional que evidenciou a inexistência de métodos e rotinas formalizadas na execução dos serviços. Tal fragilidade comprometia a eficiência operacional, resultando em falhas de padronização, aumento de retrabalho, desperdício de insumos e inconsistências na qualidade final entregue ao cliente.

Para solucionar essa questão, elaborou-se uma proposta de intervenção focada na criação e aplicação de Procedimentos Operacionais Padrão (POPs), fundamentada nas diretrizes da gestão da qualidade. As teorias de autores como Chiavenato (2014), Slack, Chambers e Johnston (2009), Feigenbaum (1994) e Deming (1990) foram cruciais para sustentar a padronização como instrumento de melhoria contínua, controle de processos e mitigação das variações que afetam o desempenho organizacional.

A execução da proposta permitiu identificar os processos críticos que demandavam maior controle e sistematização — como a lavagem técnica, o polimento e a vitrificação automotiva. A partir disso, desenvolveram-se instrumentos formais, como checklists, manuais de procedimentos e fluxogramas operacionais, para orientar a execução das atividades. A aplicação desses padrões demonstrou-se eficaz para promover a uniformidade das práticas, o aumento da produtividade, a otimização do treinamento de novos colaboradores e, consequentemente, o fortalecimento da confiança dos clientes.

Os resultados obtidos confirmam a hipótese inicial do estudo, apontando para a redução de custos operacionais, a otimização do tempo de execução, o maior controle sobre o consumo de materiais e um aumento perceptível na satisfação dos clientes. Para além dos ganhos imediatos, a padronização proporciona à Dry Tech uma base sólida para o desenvolvimento de uma cultura organizacional voltada à excelência, favorecendo sua consolidação no mercado local como referência em qualidade e confiabilidade.

Por fim, conclui-se que o estudo apresentou tripla relevância. Do ponto de vista teórico, aprofundou a aplicação prática dos conceitos de Organização, Sistemas e Métodos (O&M) e de gestão da qualidade. Sob a perspectiva organizacional, entregou uma ferramenta de gestão efetiva para a profissionalização da Dry Tech. E, do ponto de vista social, a pesquisa contribui para o fortalecimento da economia local ao promover um modelo de gestão que aumenta a competitividade e a sustentabilidade de micro e pequenas empresas no setor de serviços de Manaus.

REFERÊNCIAS

[1] CAMPOS, Vicente Falconi. TQC – **Controle da qualidade total no estilo japonês**. 8. ed. Belo Horizonte: INDG Tecnologia e Serviços, 2004.

[2] CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[3] CROSBY, Philip B. **A qualidade não custa nada**. São Paulo: Pioneira, 1994.

[4] DEMING, W. Edwards. **Saia da crise**. Rio de Janeiro: FGV, 1990.

[5] GARVIN, David A. **Gerenciando a qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.

[6] GAWANDE, Atul. **O Manifesto Checklist**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

[7] HAMMER, Michael; CHAMPY, James. **Reengenharia:** revolucionando a empresa em função dos clientes, da concorrência e das grandes mudanças da gerência. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

[8] GONSALVES, E. P. **Iniciação à pesquisa científica**. 2. ed. Campinas: alínea, 2001.

[9] HARRINGTON, H. J. **Melhoria dos processos empresariais**: a estratégia para inovar e transformar a organização. São Paulo: McGraw-Hill, 1993.

[10] IMAI, Masaaki. Kaizen: **a estratégia para o sucesso competitivo do Japão**. São Paulo: IMAM, 1992.

[11] ISO. NBR ISO 9001: **Sistemas de gestão da qualidade** — requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

[12] JURAN, J. M. **Juran na liderança pela qualidade:** um guia para executivos. São Paulo: Pioneira, 1992.

[13] KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 20 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

[14] MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Futura, 2011.

[15] MONTGOMERY, Douglas C. **Introdução ao controle estatístico da qualidade**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

[16] OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Sistemas, organização & métodos.** São Paulo: Atlas, 2011.

[17] PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008.

[18] PANDE, Peter; NEUMAN, Robert; CAVANAGH, Roland. **O jeito Seis Sigma**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

[19] RODRIGUES, André. **Gestão da qualidade em serviços automotivos.** São Paulo: Atlas, 2022.

[20] SEIXAS, Rafael Dias. **Metodologia do dia a dia na Ciência**. São Paulo: Motix, 2022.

[21] SHINGO, Shigeo. **Zero quality control:** Source inspection and the poka-yoke system. Cambridge: Productivity Press, 1996.

[22] SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

[23] SOUZA, Mariana Mayumi Pereira de. **Organizações, sistemas e métodos. Viçosa**: Universidade Federal de Viçosa, s.d.

[24] TAYLOR, Frederick W. **Princípios da administração científica**. São Paulo: Atlas, 1966.

[25] TÚLIO, M. B. **Gerenciamento da qualidade na indústria alimentícia**: ênfase na segurança dos alimentos. Porto Alegre: Artmed, 2010.

[26] WOMACK, James P.; JONES, Daniel T. **A mentalidade enxuta nas empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

www.poisson.com.br
contato@poisson.com.br

@editorapoisson

https://www.facebook.com/editorapoisson